

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики, управления и природопользования
Кафедра бухгалтерского учета и статистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
О. Н. Харченко
« _____ » _____ 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

направление 38.03.01 Экономика
профиль 38.03.01.01.01 Бухгалтерский учет, анализ и аудит
(в коммерческих организациях)

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**
(на примере ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»)

Научный руководитель _____ доцент, к.э.н. Н. Б. Клишевич

Выпускник _____ Грунина Полина Александровна

Красноярск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Проблемы развития розничной торговли в России и теория оценки деятельности организаций	5
1.1 Итоги и современные тренды развития розничной торговли РФ	5
1.2 Теория комплексного анализа хозяйственной деятельности торговых компаний	9
1.3 Методы рейтинговой оценки хозяйственной деятельности организации.....	15
2 Сравнительный анализ производственно-хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл».....	24
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»	24
2.2 Анализ розничного товарооборота ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»	28
2.3 Анализ издержек обращения ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»	34
2.4 Эффективность использования ресурсов в ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»	38
3 Совершенствование рейтингового анализа хозяйственной деятельности	47
торговых предприятий ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»	47
3.1 Комплексный анализ финансового состояния ООО «СМАРТ»	47
3.2 Комплексный анализ финансового состояния ООО «Фрэшритейл».....	62
3.3 Сравнительный анализ хозяйственной деятельности торговых компаний.....	71
Заключение.....	79
Список использованных источников.....	84
Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «СМАРТ»	88
Приложение Б Отчет о финансовых результатах ООО «СМАРТ»	89
Приложение В Бухгалтерский баланс ООО «Фрэшритейл».....	90
Приложение Г Отчет о финансовых результатах ООО «Фрэшритейл»	91
Приложение Д Агрегированный баланс предприятия ООО «СМАРТ»	92
Приложение Е Агрегированный баланс предприятия ООО «Фрэшритейл».....	93

ВВЕДЕНИЕ

Комплексный финансовый анализ представляет собой исследование экономических явлений на предприятии – выявление причин отклонения от плана и недостатков в работе, поиск резервов и их изучение, содействие комплексному осуществлению экономической работы и управлению производством, а также активное воздействие на ход производства с целью повышения его эффективности.

Экономический анализ основывается на данных финансовой отчетности, которые служат основными источниками информации для анализа финансового состояния предприятия – обеспеченности финансовыми ресурсами, целесообразности и эффективности их размещения и использования, платежеспособности предприятия, его финансовых взаимоотношений с партнерами. Оценка этих показателей нужна для эффективного управления фирмой, то есть осуществления эффективного планирования и контроля, а также улучшения и совершенствования направления текущей деятельности. Именно поэтому данная тема на сегодняшний день очень актуальна.

Важная роль отводится экономическому анализу производственной деятельности субъектов хозяйствования. С его помощью вырабатывается стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников.

Товарооборот является одним из показателей, определяющим мощность торгового предприятия, так как по его величине можно судить об объеме деятельности организации. Динамика розничного товарооборота отражает пропорции между производством и потреблением, потребности предприятий в материальных и трудовых ресурсах, а также развитие торговой сети.

Главной целью предприятия является получение максимальной прибыли, при этом товарооборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. Задача прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли.

Все это обуславливает актуальность теоретического и практического анализа производственной деятельности предприятия, его товарооборота, изучение перспектив развития производства на будущее и внедрение в него новых технологий.

Цель бакалаврской работы – совершенствование методики рейтинговой оценки производственно-финансовой (хозяйственной) деятельности торговой организации и разработка мер по росту эффективности ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл».

Для достижения будут решены следующие задачи:

1. Анализ итогов и современных трендов развития розничной торговли РФ.
2. Обзор теоретических основ комплексного анализа финансового состояния предприятий.
3. Сравнение методов рейтинговой оценки производственно-хозяйственной деятельности организаций.
4. Анализ влияния производственной деятельности на финансовые результаты предприятий.
5. Оценка эффективности использования ресурсов в данных торговых организациях.
6. Совершенствование методики рейтингового анализа хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»
7. Разработка мер по росту эффективности ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл».

Объектом исследования являются торговые предприятия ООО "СМАРТ" и ООО "Фрэшритейл", основная сфера деятельности которых – розничная торговля. Данные организации ведут свою деятельность с 2011 г. Они занимаются реализацией молочных продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков, свежих фруктов и овощей, а также консервированной, бакалейной и чайной продукции. Реализация перечисленной продукции происходит через торговлю в гастрономах «Красный Яр».

В качестве теоретической и методологической основы анализа широко применяются труды российских ученых-экономистов по проблемам анализа финансового состояния и теории рейтингового анализа (А. Д. Шеремета, Л. И. Кравченко, Н. В. Войтоловского, Ю. И. Сотниковой, Л. Т. Гиляровской и т.д.). Официальной базой выработки основных направлений по анализу хозяйственной деятельности предприятия явились официальные экономико-правовые документы ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл», факты и данные, опубликованные в научной литературе и периодической печати.

При написании дипломной работы используются следующие методы экономического анализа: горизонтальный, вертикальный, коэффициентный и факторный.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

1 Проблемы развития розничной торговли в России и теория оценки деятельности организаций

1.1 Итоги и современные тренды развития розничной торговли РФ

Торговля является важнейшей отраслью экономики страны. Ее состояние и эффективность функционирования непосредственно влияют не только на уровень жизни населения, но и на развитие производства потребительских товаров. По размеру налоговых поступлений в федеральный бюджет торговля занимает одно из первых мест среди основных отраслей экономики [1]. Сегодня розничные предприятия диктуют свою политику не только отдельным производителям и сегментам рынка, но и целым отраслям промышленности, а также регионам.

Розничная торговая сеть представляет собой совокупность розничных торговых предприятий (магазинов и других пунктов продажи), которые размещены на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей. За последние годы на отечественном розничном рынке появились десятки торговых сетей, которые успешно развиваются. На потребительском рынке РФ уже успешно функционируют такие торговые сети, как «Пятерочка», «Ашан», «Красный Яр», «Командор», «Лента», «Метро», «Магнит», «DNS», «Эльдорадо», «МедиаМаркт», «М-видео», «Телемакс», «Красный Куб», «Эконика», «О'Кей» и др. [2].

За последние несколько десятилетий произошли существенные изменения в развитии системы российской розничной торговли. Несмотря на взаимные ограничительные санкции, стремительно стала развиваться торговля между Россией и странами Европы. По данным статистики, к концу 2017 г. произошел прирост товарооборота около 20 % (по сравнению с 2016 г.). В числовом значении он составил 230 млрд. евро [3].

В 2014 г. товарооборот между Россией и европейскими странами составлял 285 млрд. евро, но из-за санкций был резкий спад, и в 2016 г. эта цифра составляла 181 млрд евро. Однако, в 2017 г. ситуация в международной торговле резко изменилась. Львиную долю такого прироста обеспечило увеличение торговли с Германией – на 6 млрд. евро и Нидерландами – на 4 млрд. евро. И хотя торговый оборот России с Европой не достигнул уровня 2014 г., видимый значительный прогресс в торговых отношениях очевиден.

Исследование динамики розничного товарооборота в Российской Федерации подтверждает устойчивый рост продаж в розничном сегменте – ежегодно оборот увеличивался в среднем на 9 % (рисунок 1). Оборот розничной торговли по сравнению с 2000 г. увеличился в 11 раз. В 2014 г. оборот розничной торговли составил 26,35 трлн. рублей, что на 9,7 % больше, чем в 2013 г [4].

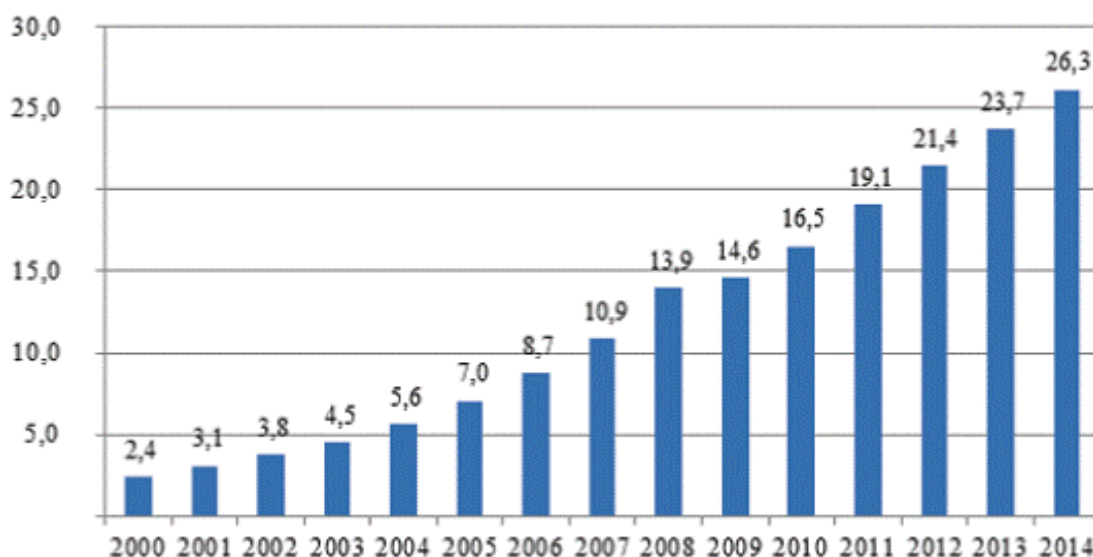


Рисунок 1 – Оборот розничной торговли в РФ, трлн руб.

Оборот розничной торговли за последние годы значительно вырос. Из таблицы 1 [5] видно, что по итогам 2017 г. он составил 29, 8 трлн рублей — это на 1,2 % больше показателя 2016 г.

Таблица 1 – Оборот розничной торговли в РФ

Период	Значение, трлн. руб.
2016 г.	29,4
2017 г.	29,8
Январь 2017 г.	2,237
Январь 2018 г.	2,301

В 2018 г. тенденция к росту сохранилась: в январе оборот торговых организаций составил 2,301 трлн рублей, что на 2,8 % выше, чем в первом месяце 2017 г.

В 2017 г. по сравнению с 2016 г. в структуре розничного оборота общественного питания на 1,7 % возросла доля крупных организаций и увеличилась доля микропредприятий на 0,6 % (рисунок 2). Однако доля индивидуальных предпринимателей и малых предприятий сократилась на 0,9 % и 1,1 %, соответственно [4].

В 2017 г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 48,2 %, а непродовольственных товаров - 51,8 %.

Как видно из данных исследований, розничная торговля остается наиболее динамично развивающимся сектором экономики России. Однако на сегодняшний день российский ритейл отстает от развитых стран по ряду причин.

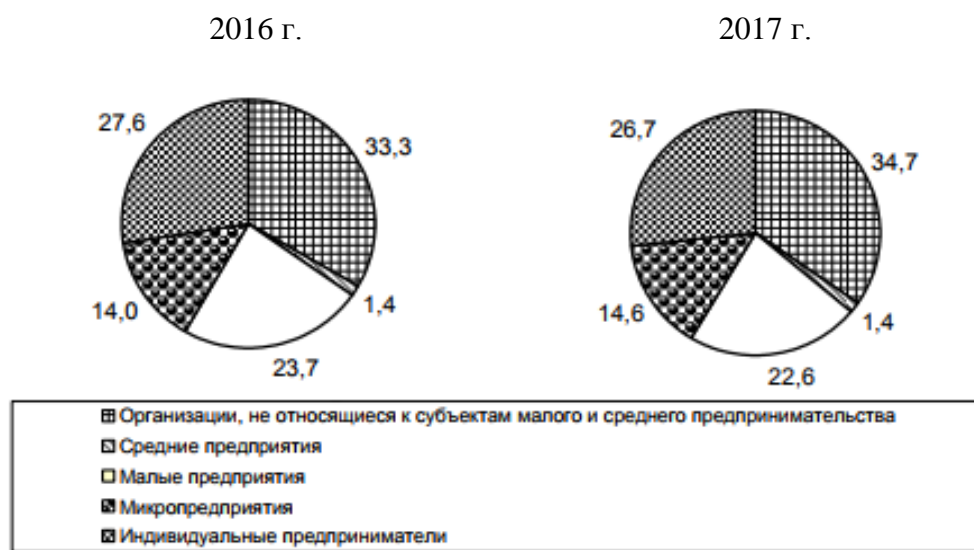


Рисунок 2 - Структура оборота общественного питания по хозяйствующим субъектам России (%)

Основными препятствиями успешного развития данного сектора экономики России являются такие проблемы, как наличие теневого сектора и отсутствие или недостоверность информации. Рассмотрим эти проблемы более детально.

В России на сегодняшний день очень высока непрозрачность отрасли розничной торговли. Теневой сектор российской экономики составляет примерно 15-20 % от ВВП РФ. Такую оценку привел министр финансов Антон Силуанов [6]. «Если теневой сектор у нас где-то 15-20 % от экономики, а ВВП у нас где-то 60 трлн. руб., то 15 % - это 9 трлн.», - сказал он, отвечая на вопрос о размере недополученных налогов в бюджет. Совокупная налоговая нагрузка на экономику России, по словам министра, составляет 35 %. Таким образом, бюджет РФ недобирает около 3 трлн. руб. налогов из-за ухода бизнеса в тень. При этом по НДС, который поступает не в федеральный, а в региональные бюджеты, недобор оценивается министром примерно в 2 трлн. руб.

Отсутствие достоверной и надежной статистики как по отдельным секторам, так и в целом по отрасли торговли, также связано с теневой экономикой. По оценкам экспертов [7], на данный момент в России обращается около 122 млрд. \$ наличных в качестве неофициального платежного средства, что в несколько раз больше всей рублевой массы.

Также проблемами успешного развития сектора розничной торговли в России является недостаточная эффективность государственного регулирования, недостаточный уровень развития инфраструктуры, низкая привлекательность отдельных территорий, дефицит кадров и недостаточное развитие малого бизнеса в торговле [8].

Но несмотря на это, за последние годы объем товарооборота через супермаркеты, гипермаркеты и универсамы продолжает увеличиваться.

На данный момент в розничной сфере торговли можно выделить следующие современные тренды ее развития [9]:

1. Мобилизация. Активное использование постоянно подключённых мобильных устройств на сегодняшний день является одним из важнейших элементов в торговле, и его значение будет только расти. 69 % потребителей уже считают, что смартфон просто необходим для совершения покупок и намного увеличивает удовольствие от процесса. Как отметил Ричард Уиллис (EAME MICROS Systems, Лондон) на Retail Business Russia 2014, к 2020 г. количество устройств, подключенных к интернету, достигнет 25 млрд., превысив в два раза число жителей на Земле.

2. Интернет-продажи. Увеличение влияния в мире интернета, соцсетей и гаджетов предоставляет покупателю больше возможности найти лучшую стоимость при сравнении цен на сайтах различных магазинов. В России рынок онлайн продаж продолжает расти ускоренными темпами. Пользователями интернета в России являются примерно 76,5 млн. человек, из них покупают товары в интернете – 22 млн. человек.

3. Бренд–зона (SHOP-IN-SHOP – «магазин в магазине»). Это небольшое по площади отдельное пространство в торговом центре, которое представляет собой место продажи товаров, объединенных одним брендом. Данная система является очень ярким пятном, которое привлекает к себе огромное внимание. Одним из ярких примеров удачного использования формата SHOP-IN-SHOP в мире ритейла является торговая марка Umbro, которая имеет более 2000 торговых точек. Из них 80 % - как раз SHOP-IN-SHOP. Исходя из того, что бренд приносит достойную прибыль, такой баланс монобрендовых и мультибрендовых торговых точек по-настоящему эффективен.

Рассмотренные выше современные технологии для развития розничной торговли позволяют усилить лояльность потребителей к организации, увеличить оборот товаров и, как следствие, прибыли.

Помимо вышеперечисленных трендов, на данный момент в розничной сфере торговли наблюдаются следующие тенденции [10]:

1. Устранение несоответствий спроса и предложения. Несоответствие предложения потребностям людей может в ассортименте продукции, в уровне сервиса, в планировке магазина. Поэтому для того, чтобы торговая сеть смогла исправить данную ситуацию, ей нужно определить, где проходит «разрыв» между потребностями людей и предложением торговых субъектов.

2. Контроль затрат. Успешные предприятия розничной торговли ищут и используют инновационные технологии по всей цепочке поставок, чтобы снизить затраты и обеспечить ценность для своих клиентов. Это делается с целью минимизации общесистемных затрат и удовлетворения уровня обслуживания клиентов.

3. Консолидация в отрасли розничной торговли. Многочисленные розничные торговые сети сталкиваются с неминуемыми проблемами, так как они не в состоянии обеспечить более высокий уровень прибыли по сравнению с их более проницательными конкурентами. Как следствие, наблюдается значительная консолидация крупных розничных торговых сетей.

Таким образом, несмотря на усложнение условий осуществления торговой деятельности, розничные торговые сети, действующие в России, продемонстрировали на протяжении последних лет жизнеспособность и умение адаптироваться к постоянно меняющимся условиям. Все больше и больше повышается устойчивое функционирование и развитие торговых предприятий, несмотря на высокую степень неопределенности предпринимательской среды и ухудшение макроэкономической ситуации вследствие снижения объемов платежеспособного спроса. Этому способствуют современные тенденции, наблюдающиеся на рынке розничной торговли, включающие устранение несоответствий спроса и предложения, контроль затрат, процессы консолидации и внедрение прогрессивных технологий.

1.2 Теория комплексного анализа хозяйственной деятельности торговых компаний

Розничный товарооборот является одним из основных показателей, по которому оценивается экономическая, социальная и другая деятельность торговых организаций. Он включает продажу товаров населению для личного потребления, а также предприятиям и учреждениям за наличный расчет — для коллективного потребления и текущих хозяйственных нужд. В России оборот розничной торговли в январе 2018 г. вырос на 2,8 % и составил 2 301 млрд. рублей [4].

В условиях формирования и развития рыночных отношений, когда велика инфляция, значимость розничного товарооборота для оценки социального развития общества, материального и культурного уровня жизни народа значительно снизилась. В этих условиях розничный товарооборот должен изучаться и оцениваться как в действующих (продажных), так и в сопоставимых ценах. Проводя исследование, следует установить, как развивается розничный товарооборот, как удовлетворяется спрос на товары, как торговое предприятие улучшает структуру товарооборота, обеспечивает повышение в нем доли высококачественных товаров, активно воздействует на формирование потребностей, эстетических вкусов людей, их благосостояние. Таким образом, для своевременного выявления и устранения недостатков в финансово-хозяйственной деятельности, поиска действенных резервов для улучшения финансово-экономического состояния предприятия и его платежеспособности проводится анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Финансово-экономический анализ является важным элементом в системе управления производством, основой разработки научно обоснованных планов-прогнозов и управленческих решений и контроля за их выполнением с целью повышения эффективности функционирования предприятия. Предметом анализа хозяйственной деятельности торговой организации являются производственные и хозяйственные процессы, происходящие в этих организациях, а также экономическая эффективность и конечные финансовые результаты деятельности данных организаций, которые формируются под влиянием внешних и внутренних факторов и получают отражение в системе экономической информации. Объектом анализа хозяйственной деятельности торгового предприятия выступают организации различных организационно-правовых форм, а также некоммерческие организации, если они ведут предпринимательскую деятельность [11].

Основной целью финансово-экономического анализа является подготовка информации для принятия оптимальных управленческих решений и для обоснования текущих и перспективных планов, направленных на достижение краткосрочных и стратегических целей предприятия.

Реализация данной цели экономического анализа предполагает оценку сложившейся ситуации, диагностику и прогнозирование ее развития, а также поиск путей достижения желаемых результатов наиболее эффективными способами. В соответствии с этим выделяют три функции анализа: оценочную, диагностическую и поисковую [11]. Оценочная функция экономического анализа состоит в определении соответствия состояния экономики предприятия ее целевым параметрам и потенциальным возможностям, диагностическая – в исследовании причин отклонений от целевых параметров и прогнозировании дальнейшего развития ситуации, а поисковая – в выявлении потенциальных возможностей достижения поставленных целей.

Для реализации перечисленных функций необходим комплексный, системный подход к изучению всех сторон деятельности предприятия на основе анализа финансово-экономических показателей, в перечень разделов которого входят [12]:

- анализ платежеспособности и ликвидности (это оценка способности предприятия в установленные сроки погашать имеющиеся финансовые обязательства денежными наличными ресурсами);
- анализ структуры активов и степени их использования (целью такого анализа является изучение структуры и динамики активов предприятия, а также источников их формирования для ознакомления с общей картиной финансового состояния);
- анализ прибыли и рентабельности (позволяет оценить, как вложенные ресурсы и предпринимаемые действия организации отражаются на конечных финансовых результатах, а также какова эффективность ведения бизнеса);

- анализ кредитоспособности заемщика (помогает проанализировать способность кредитозаемщика своевременно и полностью погасить заемное обязательство, оплатить товар или вернуть сумму кредита с процентами);

- факторный анализ прибыли, себестоимости и т.д. (изучает влияние отдельных факторов (прибыли, себестоимости и т.д.) на экономические показатели);

- анализ структуры и динамики затрат предприятия и себестоимости услуг (проводится на основе данных бухгалтерского учета и управленческой отчетности и позволяет выявить резервы снижения себестоимости и, соответственно, повышение рентабельности предприятия).

Таким образом, можно сделать вывод, что анализ финансово-экономической деятельности объединяет в себе экономическую теорию макро- и микроэкономики, управление, организацию и планирование деятельности, статистику, бухгалтерский учет, а также экономический анализ.

Задачами финансово-экономического анализа являются правильные оценки начального финансово-экономического состояния, а также динамики его дальнейшего развития. Эти задачи [13] сводятся к следующему:

1. Контролю и всесторонней оценке выполнения плановых заданий по количеству, структуре и качеству выпущенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг. Здесь проводится оценка с точки зрения бесперебойности, ритмичности процессов, всестороннего удовлетворения нужд и запросов людей.

Осуществляя данную задачу, экономический анализ характеризует выполнение заказов и планов как в текущем периоде, так и по завершении отчетного периода. Также он выявляет отклонения от плановых предположений, их причины и следствия. Все это проводится с помощью осуществления контрольных функций учета, использования данных бухгалтерии и статистики.

В торговле при оценке выполнения плана основное внимание обращается на объем оптового и розничного товарооборота, его ассортиментную структуру, рациональное соотношение товарных запасов, поступления и выбытия товаров.

Также важным аспектом является оперативное осуществление анализа, и только при этом условии можно в текущем порядке выявить и устранить отрицательные моменты в работе предприятия. Анализ по истечении отчетного периода имеет большое перспективное значение, так как помогает выработать стратегию дальнейшей эффективной деятельности предприятия.

2. Оценке эффективного использования отдельными предприятиями своих трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Главный фактор успешного развития товарооборота предприятия — обеспеченность и рациональность использования его ресурсов.

Проводя анализ, прежде всего проверяется, как ресурсы предприятия обеспечивают успешное выполнение плана и динамику развития розничного товарооборота, а также удовлетворение спроса покупателей на отдельные товары. Таким образом, наибольшую важность приобретает анализ рационального и эффективного использования торговыми предприятиями материальных и трудовых ресурсов.

3. Оценке финансовых результатов деятельности предприятий и организаций. Прибыль торгового предприятия зависит не только от выполнения плана товарооборота по объему и структуре, но и от фактически сложившегося уровня издержек обращения, от соблюдения режима экономного и рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Для того, чтобы выполнить правильную оценку финансовых результатов, следует подразделить факторы, оказавшие влияние на исследуемые показатели, на зависимые и независимые от предприятий. Если произошло, например, изменение цен (что от предприятия, как правило, не зависит), то, соответственно, изменяются и финансовые результаты. Устранение влияния внешних факторов путем соответствующих расчетов позволяет более правильно проанализировать результаты работы того или иного предприятия.

4. Выявлению неиспользованных резервов. Как уже отмечалось выше, одно из главных назначений финансово-экономического анализа – это выявление резервов и упущенных возможностей на всех участках планирования и руководства предприятием. Данное выявление происходит путем критической оценки выполнения планов различными подразделениями предприятия с помощью изучения и использования передового опыта внутри страны и за рубежом.

В экономической литературе экономический анализ классифицируется по разным признакам, что имеет важное значение для правильного понимания его содержания и задач. Выделяют следующие классификационные группы [11]:

1. По отраслевому признаку, который основывается на общественном разделении труда, экономический анализ делится на отраслевой и межотраслевой. Методика первого учитывает специфику отдельных отраслей экономики – промышленности, сельского хозяйства, строительства, транспорта, торговли и т.д. Межотраслевой анализ является теоретической и методологической основой экономического анализа во всех отраслях экономики.

2. По пространственному признаку различают внутрифирменный и межфирменный анализ. Внутрифирменный анализ изучает деятельность только исследуемого предприятия и его структурных подразделений. При межфирменном анализе сравниваются результаты деятельности двух или более предприятий. Такой анализ направлен на поиск новшеств и выявление резервов повышения эффективности работы анализируемого предприятия.

3. По признаку времени экономический анализ подразделяется на предварительный (перспективный) и последующий (ретроспективный, исторический). Предварительный анализ проводится до осуществления хозяйственных операций. Он необходим для обоснования управленческих решений и планов-прогнозов, а также для предупреждения нежелательных последствий на основе оценки чувствительности результативных показателей к изменению факторов внешнего и внутреннего характера.

Последующий анализ осуществляется после совершения хозяйственных операций. Он используется для изучения тенденций развития, контроля за выполнением оперативных и стратегических планов, объективной оценки и диагностики результатов деятельности предприятия и уровня предпринимательских рисков.

4. По аспектам исследования выделяют финансовый, технико-экономический, маркетинговый, функционально- стоимостный и другие виды анализа. Финансовый анализ, может быть охарактеризован как процесс исследования финансового механизма функционирования субъектов хозяйствования. Внешний финансовый анализ проводится банками, аудиторскими фирмами, инвесторами и т.д. Основное его назначение – диагностика и прогнозирование финансового состояния предприятия.

Технико-экономический анализ ориентирован на изучение организационного и научно-технического уровня предприятия, поиск инноваций в области совершенствования техники, технологии и организации производства в целях повышения эффективности операционной деятельности и усиления конкурентных преимуществ предприятия. Предметом его изучения являются причинно-следственные связи технических и экономических явлений, их влияние друг на друга и на конечные финансовые результаты. Проводят его совместно технические и экономические службы предприятия.

Маркетинговый анализ применяется службой маркетинга предприятия или объединения для изучения внешней среды функционирования предприятия, рынков сырья и сбыта готовой продукции, ее конкурентоспособности, спроса и предложения, коммерческого риска, формирования ценовой политики, разработки тактики и стратегии маркетинговой деятельности.

Функционально-стоимостный анализ (ФСА) – это метод системного исследования объекта на стадии проектирования, направленный на оптимизацию соотношения между потребительскими свойствами изделия и затратами на его разработку, производство и эксплуатацию. Предметом его исследования являются функции, которые выполняет объект, и затраты на их обеспечение. Поиск более эффективных и более дешевых способов выполнения главных функций изделия или процесса (путем технических, технологических, организационных и других изменений производства) при одновременном исключении лишних функций позволяет существенно сократить затраты на изготовление изделия и

повысить его потребительские свойства (надежность, удобство эксплуатации, дизайн и т.д.). Основная задача ФСА – создание такого варианта изделия, который наиболее полно удовлетворяет основным функциональным запросам потребителя и наиболее экономичен с точки зрения производителя.

Деление экономического анализа на виды является в значительной степени условным и в практической деятельности не имеет серьезного значения. Все виды экономического анализа взаимосвязаны, предусматривают взаимное использование результатов и способствуют повышению эффективности управления — выработке и принятию правильных и обдуманных управленческих решений [14].

В настоящее время финансово-экономический анализ рассматривают в качестве одной из функций управления производством. Место анализа в системе управления упрощенно можно отразить схемой, представленной на рисунке 3 [11].



Рисунок 3 – Роль экономического анализа в принятии управленческого решения

Для управления производством нужно иметь представление не только о ходе выполнения плана и результатах хозяйственной деятельности, но и о тенденциях и характере происходящих изменений в экономике предприятия. Осмысление, понимание информации достигаются с помощью финансово-экономического анализа. В процессе анализа первичная информация проходит аналитическую обработку [15]:

- проводится сравнение достигнутых результатов производства с данными за предыдущие моменты времени и с показателями других предприятий;
- определяется влияние разных факторов на величину результативных показателей;
- выявляются недостатки, ошибки, неиспользованные возможности, перспективы и т.д.

На основе результатов анализа разрабатываются и обосновываются управленческие решения. Финансово-экономический анализ предшествует решениям и действиям, обосновывает его объективность и эффективность. Таким образом, финансово-экономический анализ – функция, которая обеспечивает научность принятия решения.

1.3 Методы рейтинговой оценки хозяйственной деятельности организации

Для определения эффективности функционирования организации проводится комплексный анализ ее хозяйственной деятельности на основе сравнительной рейтинговой оценки. Итоговая рейтинговая оценка учитывает все важнейшие показатели хозяйственной деятельности, так как при ее проведении используются показатели, характеризующие производственный потенциал организации, рентабельность ее продукции, а также эффективность и рациональность использования производственных и финансовых ресурсов. Выбор и обоснование исходных показателей исходит из цели оценки и задач, которые ставят перед собой субъекты хозяйствования, анализируя финансово-экономический потенциал предприятия.

В роли комплексного показателя предусмотрен расчет рейтинговой оценки. В общем случае рейтинг – это оценка анализируемого объекта по шкале показателей, которая является индикатором деловой активности. Рейтинг достаточно адекватно отражает конъюнктурную ситуацию и позволяет сделать довольно точный прогноз происходящих в ней изменений. Применение методики рейтинговой оценки организации позволяет в наиболее обобщенном виде представить деятельность данной организации на рынке, определить наиболее эффективные способы инвестирования капитала и тем самым повысить эффективность производства.

Методика рейтинговой оценки организации носит системный комплексный характер и основана на различных аналитических подходах [16]. Она может учитывать отраслевые особенности исследуемых организаций и может быть произведена как по каждому из рассматриваемых методов в отдельности, так и с использованием всех методов одновременно.

Метод создания рейтинга с помощью ряда показателей относительно прост и основан на ранжировании организаций в соответствии со значениями отобранных для анализа ключевых показателей. Более обоснованным является системный комплексный подход к оценке финансового состояния, позволяющий дать всестороннюю оценку деятельности организации. Широко известны методы рейтинговой оценки финансового состояния и недостаточно исследованы методы рейтингового анализа хозяйственной (производственно-финансовой) деятельности предприятия.

Различают несколько методов создания рейтинга с помощью ряда показателей [17]. Среди них выделяют метод кластерного анализа, матричный метод анализа, метод балльных оценок, метод евклидова расстояния. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

1. Метод кластерного анализа [18]. Данный метод позволяет разбить по определенным критериям изучаемую совокупность организаций на группы, которые называются кластерами. Способы данной группировки могут быть агломеративными (объединительными) и

дивизивными. В первом случае вначале выбираются элементарные кластеры, а затем происходит их объединение в один совмещенный кластер. Во втором же случае организации разбиваются на кластеры непосредственно. Графическое изображение процесса объединения кластеров называется дендрограммой – графиком дерева объединения кластеров.

Для формирования рейтинга финансово-хозяйственного состояния организаций данным методом рекомендуется использовать такие показатели, как:

- коэффициент текущей ликвидности (или коэффициент покрытия);
- коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- коэффициент оборачиваемости;
- коэффициент рентабельности производства.

Приведем в таблице 2 результаты кластерного анализа [16].

Таблица 2 – Результаты кластерного анализа организации

Предприятия	Кластеры				
	1	2	3	4	Совмещенный (итоговый) кластер
А	X	X	X	X	X
Б	X	X	X	X	X
В	X	X	X	X	X
Г	X	X	X	X	X
Д	X	X	X	X	X

Кластеры 1–4 соответствуют перечисленным выше показателям. Если предприятие занимает по критерию максимизации соответствующего показателя 1-е место в кластере, то ему присваивается 1 балл, если 2-е место – 2 балла и т. д. В совмещенном итоговом кластере предприятия располагаются по принципу минимума набранных баллов. Итоговый кластер представляет собой рейтинговую оценку финансового состояния предприятий. Стабильно высокие значения перечисленных показателей кластерного анализа определяют высокий рейтинг организации.

2. Матричный метод анализа [19]. Данный метод используется для обобщающей оценки эффективности деятельности организации. В основе этого метода лежит концепция представления производственного процесса как вход–выход в виде матричной модели. На входе потребляются ресурсы и формируются затраты, а на выходе происходит поступление и сбыт готовой продукции, а также определяются результаты деятельности в стоимостной форме. Матричный метод ориентирован, прежде всего, на оценку финансового результата (т.е. прибыли).

Исходной информацией для анализа являются экономические показатели, определяемые по данным бухгалтерского и статистического учета и отчетности.

В качестве исходных исследуются следующие показатели:

- прибыль;
- выручка от реализации продукции;
- себестоимость продукции;
- материальные затраты;
- основные фонды;
- фонд оплаты труда;
- численность персонала.

За основу матричной модели экономического анализа берется квадратная таблица – матрица. Она представлена в таблице 3 [16].

Таблица 3 – Матричная модель оценки хозяйственной деятельности предприятия

Числитель Знаменатель	Результаты		Затраты		Ресурсы		
	Прибыль	Выручка	Себестоимость	Материалы	Основные фонды	Фонд оплаты труда	Численность персонала
Прибыль	1						
Выручка		1					
Себестоимость			1				
Материалы				1			
Основные фонды					1		
Фонд оплаты труда						1	
Численность персонала							1

Очередность исходных показателей в матричной модели рекомендуется соблюдать так, чтобы те элементы матрицы, рост которых считается положительным явлением с экономической точки зрения, остались по одну сторону диагонали, например, под диагональю. Такое конструирование матричной модели называется ее упорядочением, а соответствующая матрица – упорядоченной.

По индексам относительных показателей, находящихся под диагональю матрицы (по формуле средней арифметической), определяется значение рейтингового числа [16]:

$$P = \frac{Tp_1 + Tp_2 + \dots + Tp_n}{n}, \quad (1)$$

где $Tp_1, Tp_2 \dots Tp_n$ – индексы (темпы роста) элементов матричной модели;
 n – количество элементов.

Матричный метод позволяет провести сравнительный анализ деятельности организации в динамике за ряд отчетных периодов, а также определить значение обобщающего показателя эффективности ее деятельности. Если значение обобщающего показателя больше 1, то эффективность возросла, если меньше 1 – уменьшилась. Этот метод также позволяет определить изменения в ходе и результатах работы организации и выявлять резервы повышения эффективности производства.

3. Метод балльных оценок [20]. Согласно данному методу рейтинг устанавливается по системе показателей как сумме баллов. Все показатели подразделяются на классы:

- 1-й класс (значения показателей превышают установленные или теоретически обоснованные нормативы);
- 2-й класс (значения показателей находятся на нормативном уровне);
- 3-й класс (значения показателей меньше нормативного уровня).

Система показателей состоит из следующих коэффициентов:

- ликвидности;
- финансовой устойчивости;
- деловой активности;
- рентабельности.

При расчете рейтинга возможны различные варианты отнесения показателей к тому или иному классу. Показатель в первом классе оценивается в 3 балла, во втором – в 2 балла, в третьем – в 1 балл. Результаты анализа по методу балльных оценок представлены в таблице 4 [16].

Таблица 4 - Результаты анализа по методу балльных оценок

Предприятие	Группы показателей				
	1 класс/балл	2 класс/балл	3 класс/балл	4 класс/балл	Итого сумма баллов
А	Х	Х	Х	Х	Х
Б	Х	Х	Х	Х	Х
В	Х	Х	Х	Х	Х
Г	Х	Х	Х	Х	Х
Д	Х	Х	Х	Х	Х

Критерием формирования рейтинга выступает максимум суммы баллов по всем показателям.

4. Метод эвклидова расстояния. Финансовое состояние предприятия является важнейшей характеристикой его экономической деятельности [21]. Оно определяется размещением и использованием средств, а также источников их формирования. Критериями

оценки служат финансовые коэффициенты (коэффициент текущей ликвидности, коэффициент маневренности и другие показатели).

Система финансовых коэффициентов, использованных при расчете методом евклидова расстояния, должна удовлетворять следующим основным требованиям:

1) финансовые коэффициенты должны быть максимально информативными, непротиворечивыми и давать целостную картину устойчивости финансового состояния предприятия;

2) в экономическом смысле финансовые коэффициенты должны иметь одинаковую направленность (положительную корреляцию, т. е. рост коэффициента означает улучшение финансового состояния);

3) для всех показателей должны быть указаны числовые нормативы минимального удовлетворительного уровня или диапазона изменений;

4) финансовые коэффициенты должны рассчитываться только по данным публичной бухгалтерской отчетности предприятий;

5) финансовые коэффициенты должны давать возможность проводить рейтинговую оценку предприятия как в пространстве (т. е. в сравнении с другими предприятиями), так и во времени (за ряд периодов).

На основании этих требований разработаны система показателей и методика рейтинговой экспресс-оценки финансового состояния предприятия.

Рейтинговое число (Р) определяется по формуле [16]:

$$P = \sum_{i=1}^L \frac{1}{LN_i} K_i, \quad (2)$$

где L – число показателей, используемых для рейтинговой оценки;

N_i – нормативные требования для i -го коэффициента;

$\frac{1}{LN_i}$ – весовой индекс i -го коэффициента;

K_i – i -й коэффициент.

При полном соответствии значений финансовых коэффициентов $K_1 \dots K_L$ их нормативным минимальным уровням рейтинг организации будет равен 1 (рейтинг условного удовлетворительного предприятия). Финансовое состояние организаций с рейтинговой оценкой менее 1 характеризуется как неудовлетворительное.

Для определения рейтинга организаций предлагается использовать четыре показателя, наиболее часто применяемых и характеризующих финансовое состояние [22]:

- текущей ликвидности (показывает платежные возможности предприятия, оцениваемые при условии не только своевременных расчетов с дебиторами и благоприятной реализации готовой продукции, но и продажи мобильных средств (норматив ≥ 2));
- обеспеченности собственными средствами (показывает, какая часть текущих активов финансируется за счет собственных источников (норматив $\geq 0,1$));
- оборачиваемости (активов, товарных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, собственного капитала);
- рентабельности производства (всего капитала, собственного и перманентного капитала, основной деятельности, продаж).

Для совершенствования методики эвклидового расстояния автор предлагает включить в рейтинг функцию Z-счет Альтмана [35]. Данный показатель позволяет прогнозировать вероятность банкротства предприятия, следовательно, включение его в методику расчета рейтингового числа даст наиболее объективную оценку финансового состояния организации.

Таким образом, вычислив значение финансовых показателей и сравнив их с нормативным значением, можно определить рейтинговую экспресс-оценку финансового состояния предприятия.

На методику экономического анализа различных организаций и предприятий оказывает влияние их отраслевая принадлежность. Методика анализа финансового состояния и финансовых результатов в основном не отличается по отраслям экономики, поскольку такой анализ базируется на унифицированных формах бухгалтерской отчетности [36].

В основе большинства из опубликованных методик лежит анализ финансовых коэффициентов, рекомендуемых в западной аналитической практике для оценки финансового положения предприятия. Однако техническое перенесение зарубежного опыта проведения финансового анализа во многих случаях оказывается малоэффективным, поскольку не принимается во внимание специфика российских предприятий. В результате рекомендации о допустимых значениях того или иного показателя часто не выполняются. Допустимые нормативы финансовых коэффициентов необходимо дифференцировать по отраслям, так как отраслевая специфика влияет на структуру активов баланса.

Основные отраслевые отличия в методике комплексного анализа хозяйственной деятельности связаны с двумя разделами: анализом производственной программы и использования ресурсов.

Для торговых розничных предприятий важны анализ уровня, структуры, динамики и факторов изменения розничного товарооборота. Розничный товарооборот является одним из основных показателей, по которому оценивается экономическая, социальная и другая деятельность предприятий торговли. Он включает продажу товаров населению для личного

потребления, а также предприятиям и учреждениям за наличный расчет — для коллективного потребления и текущих хозяйственных нужд.

В условиях формирования и развития рыночных отношений, когда велика инфляция, значимость розничного товарооборота значительно снизилась. В этих условиях розничный товарооборот должен изучаться и оцениваться как в действующих (продажных), так и в сопоставимых ценах.

Для определения розничного товарооборота в сопоставимых ценах необходимо фактический его объем за период, в котором изменились цены, разделить на индекс розничных цен на товары [37]:

$$T_{\text{с.ц.}} = \frac{T_{\Phi_i}}{I_{\text{ц}_i}}, \quad (3)$$

где $T_{\text{с.ц.}}$ — объем розничного товарооборота в сопоставимых ценах;

T_{Φ_i} — фактический объем товарооборота за i -тый период;

$I_{\text{ц}_i}$ — индекс розничных цен на товары за i -тый период по сравнению с базовым.

Проводя анализ, следует установить, как развивается розничный товарооборот, как удовлетворяется спрос на товары, как торговое предприятие улучшает структуру товарооборота, обеспечивает повышение в нем доли высококачественных товаров, активно воздействует на формирование потребностей, эстетических вкусов людей и их благосостояние.

Исходя из вышеизложенного, основные задачи анализа розничного товарооборота могут быть сведены к следующим [24]:

- проверка выполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворения покупательского спроса на отдельные товары, освоения долгосрочных нормативов по показателям торговой деятельности;
- определение тенденций экономического и социального развития предприятий розничной торговли;
- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота;
- комплексная оценка торговой деятельности предприятия;
- выявление путей, возможностей и резервов роста товарооборота, повышения качества обслуживания покупателей, эффективности использования материально-технической базы торговли, товарных и трудовых ресурсов;
- разработка оптимальных стратегических и тактических управленческих решений по развитию розничного товарооборота торгового предприятия.

Также в методике комплексного анализа хозяйственной деятельности торговых предприятий важны оценка состояния, движения и эффективности использования товарных запасов. Выполнение плана и динамика розничного товарооборота зависят от трех основных групп факторов [25]:

- обеспеченности товарными ресурсами, правильности их распределения и использования;
- обеспеченности трудовыми ресурсами и эффективности труда торговых работников;
- состояния, развития и эффективности использования материально-технической базы торговли.

Главный фактор успешного развития товарооборота — обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Проводя анализ, прежде всего следует проверить, как товарные ресурсы обеспечивали успешное выполнение плана и динамику развития розничного товарооборота.

Розничный товарооборот зависит от поступления товаров и состояния товарных запасов. На его объем оказывает влияние прочее выбытие товаров. Эта зависимость может быть выражена формулой товарного баланса [37]:

$$З_{н.п.} + П = Т_{с.ц.} + В + З_{к.п.}, \quad (4)$$

где $З_{н.п.}$ - запасы товаров на начало отчетного периода;

$П$ – поступление товаров;

$Т_{с.ц.}$ – объем розничного товарооборота;

$В$ — прочее выбытие товаров;

$З_{к.п.}$ - запасы товаров на конец отчетного периода.

Влияние показателей товарного баланса на развитие розничного товарооборота можно определить, применив следующую формулу:

$$Т_{с.ц.} = З_{н.п.} + П - В - З_{к.п.} \quad (5)$$

Таким образом, на выполнение плана и динамику розничного товарооборота положительное влияние оказывают завышенные товарные запасы на начало изучаемого периода (если товары пользуются спросом) и рост поступления товаров, а отрицательное — увеличение прочего выбытия товаров и завышенные товарные запасы на конец анализируемого периода.

Анализ использования производственных ресурсов торговых предприятий представлен анализом издержек обращения, так как торговые предприятия в отличие от промышленных не являются трудо-, материало-, фондоемкими производствами. Издержки обращения представляют собой выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда, связанные с процессом продвижения товаров от мест производства к потребителю. К ним относятся затраты на оплату труда торговых работников, перевозку, подготовку и хранение товаров и др.

Издержки обращения торговых предприятий измеряются и изучаются в сумме и по уровню. Уровень издержек обращения представляет отношение их суммы к товарообороту, выраженное в процентах. Он является одним из важнейших качественных показателей оценки хозяйственной деятельности торговых предприятий и показывает, сколько процентов занимают издержки обращения в розничной (продажной) стоимости товаров [38]:

$$У_{и.о.} = \frac{\Sigma_{и.о.}}{Т_{с.ц.}} * 100 \%, \quad (6)$$

где $У_{и.о.}$ – уровень издержек обращения,

$\Sigma_{и.о.}$ – сумма издержек обращения,

$Т_{с.ц.}$ – объем розничного товарооборота в сопоставимых ценах;

В торговле заложены неисчерпаемые возможности относительного снижения издержек обращения при повышении качества торгового обслуживания населения, сокращении затрат времени покупателей на приобретение товаров. Однако используются эти возможности недостаточно.

Помимо изучения выполнения плана к задачам анализа издержек обращения также относятся [39]:

- установление динамики и степени выполнения плана по издержкам обращения;
- выявление неиспользованных резервов;
- изыскания путей дальнейшего снижения затрат;
- определение причин и факторов, оказавших влияние на уровень и состав издержек обращения.

Снижение издержек обращения является существенным резервом экономии средств на предприятии и достигается за счет совершенствования организации торговли, повышения производительности труда торговых работников и расширения новых, наиболее прогрессивных форм торговли.

Анализ издержек обращения проводится в разрезе отдельных статей на основе данных бизнес-плана и бухгалтерского учета.

2 Сравнительный анализ производственно-хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»

Общество с ограниченной ответственностью «СМАРТ» зарегистрировано 27 января 2011 г. Основным видом деятельности данного предприятия согласно ОКВЭД является розничная торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах. Уставный капитал ООО «СМАРТ» составляет 260 тыс. руб., среднесписочная численность сотрудников в настоящее время принимает значение 2 417 сотрудников. Данная организация зарегистрирована по адресу г. Красноярск, ул. Карамзина, 25. Директором является Рябова Анжела Владимировна [31].

ООО «Фрэшритейл» имеет похожую организационно-экономическую характеристику, так как осуществляет такой же вид деятельности, что и ООО «СМАРТ». Данная организация зарегистрирована немного позже, 19 мая 2011 г. Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью «Фрэшритейл» принимает немного большее значение и составляет 280 тыс. руб., а численность сотрудников достигает лишь значения 930. Данная организация зарегистрирована по адресу г. Красноярск, ул. Александра Матросова, 4. Директором является Емельяненко Ирина Михайловна [33].

Рассматриваемые торговые предприятия осуществляют свою деятельность на общем режиме налогообложения, имеют все необходимые лицензии для ведения торговой деятельности в соответствии с ОКВЭД, успешно проходят плановые и внеплановые проверки, устраняя выявленные нарушения (если они имеют место).

Предприятия осуществляют свою деятельность в соответствии с ГК РФ, ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью". Правовое положение обществ определяется Уставом и Учредительным договором.

С момента государственной регистрации предприятия имеют права юридического лица, то есть действуют на принципах полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости, имеют круглую печать, собственные товарные знаки и другие реквизиты, самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в банках.

Данные организации осуществляют деятельность крупных сетей гастрономов «Красный Яр», то есть предприятия очень похожи и потому их характеристики можно обобщать и сравнивать по ряду признаков.

Основная цель деятельности супермаркета «Красный Яр» – получение прибыли, т.к.

она обеспечивает устойчивую конкурентоспособность, гарантирует предприятие от банкротства и является показателем успешной деятельности фирмы.

Основными задачами ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл» (рисунок 4) являются:

- максимальное приближение розничной торговой сети к покупателям;
- обеспечение необходимого ассортимента товаров;
- обеспечение необходимого объема товарооборота;
- обеспечение должного уровня рентабельности.



Рисунок 4 – Цель и задачи предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл»

Генеральная цель торговых предприятий – обеспечение оптимального функционирования торговой системы, то есть обеспечение выживания организаций в сложных условиях и их развития в виде ежегодного прироста всех основных показателей хозяйственной деятельности. Генеральная цель достигается посредством достижения коммерческих подцелей (направленных на получение наибольшей прибыли), экономических (направленных на разработку задач и проверку результатов), социальных (направленных на социальное развитие коллектива) и хозяйственных, т.е. материально – техническое обеспечение торговых процессов.

Подцели являются целями подразделений – функциональных областей организации.

Структура управления организацией – это упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Элементами структуры являются отдельные работники, службы и другие звенья аппарата управления.

Организационная структура предприятий представляет собой состав линейных и функциональных звеньев управления. В гастрономах «Красный Яр» ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» структура управления имеет линейно-функциональный вид (рисунок 5).

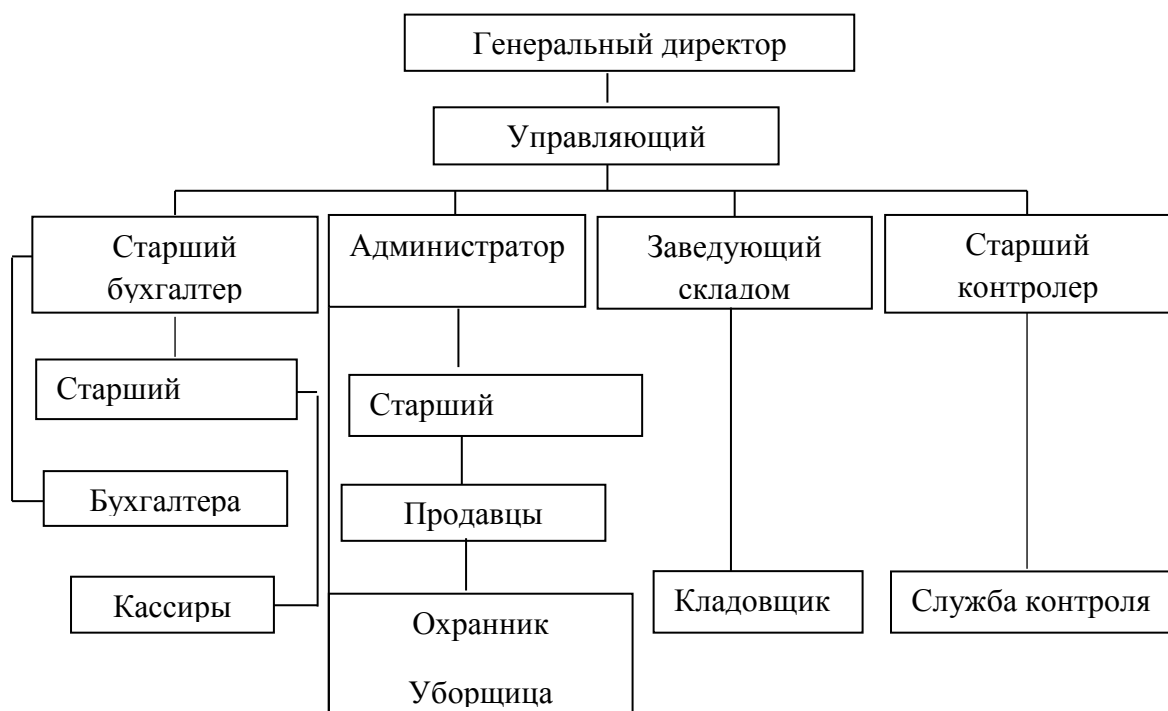


Рисунок 5 – Организационная структура управления гастрономов «Красный Яр»

Высшим органом сети гастрономов "Красный Яр" является Общее собрание его акционеров, к исключительной компетенции которого относится избрание членов правления и членов контрольного совета.

Общее собрание акционеров проводится ежегодно, в сроки, установленные уставом Общества. На годовом Общем собрании акционеров решается вопрос об избрании совета директоров (наблюдательного совета), ревизионной комиссии (ревизора), утверждении аудитора Общества, рассматривается предоставленный советом директоров годовой отчет Общества.

Совет директоров является наблюдательным советом и осуществляет общее руководство деятельностью Общества за исключением вопросов, отнесенных Уставом к исключительной компетенции Общего собрания акционеров. Члены Совета директоров избираются годовым Общим собранием акционеров сроком на один год. Лица, избранные в

состав Совета директоров, могут переизбираться любое количество раз. Руководство текущей деятельностью Общества осуществляется генеральным директором.

Торговое предприятие представляет собой организацию – группу людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

В обязанности управляющего входит:

- достижение плановых показателей по объемам продаж;
- повышение эффективности продаж;
- оперативное управление коллективом;
- проведение мероприятий по снижению издержек;
- выработка и реализация решений;
- достижение высоких показателей качества сервиса.

В подчинении управляющего гастронмом находятся четыре условно выделенных отдела. Первый представлен старшим бухгалтером организации, который функционально выполняет распоряжения Главного бухгалтера компании по осуществлению бухгалтерской деятельности на подотчетной территории согласно своим должностным инструкциям, но в административном подчинении главный бухгалтер находится у управляющего супермаркетом.

Второй отдел представляет собой работников, непосредственно связанных с торговой деятельностью предприятия. В него входят администратор, выполняющий распоряжения управляющего магазином относительно заказа товара и его приема, регулирования номенклатуры и ассортимента товарных групп, а также данная штатная единица занимается мерчендайзинговой деятельностью. Администратору подчиняется старший продавец, которому в свою очередь, подотчетны продавцы.

Третий отдел условно можно назвать хозяйственным отделом, так как он представлен рабочим персоналом, обеспечивающим социально-бытовые условия для сотрудников организации и функционирования организации в целом. В его состав входят подсобные рабочие и кладовщик, которые подчиняются заведующему складом.

Последний отдел – служба внутреннего контроля – выполняет распоряжения управляющего магазином по обеспечению личной безопасности сотрудников, обеспечению целостности и неприкосновенности товарных запасов и материальных ценностей. Данным отделом заведует старший контролер.

Структура и штат супермаркета могут изменяться в процессе развития организации и утверждаться Генеральным директором компании исходя из общей целесообразности.

Таким образом, организационная структура гастронма «Красный Яр» представляет собой упорядоченную совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой

в устойчивых отношениях и обеспечивающих функционирование и развитие предприятия как единого целого. Применяя данную структуру, предприятия обеспечивают разделение управленческого труда, поскольку линейные звенья управления непосредственно принимают решения, а функциональные – консультируют и разрабатывают конкретные вопросы.

2.2 Анализ розничного товарооборота ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»

Деятельность любой розничной торговой организации направлена на продажу товаров, где фирма выступает в роли посредника по доведению материальных благ до конечного покупателя. Конечные потребители, приобретая ценности, создают основные денежные потоки компании и приносят ей максимальный доход. Количество поступивших от покупателей денег образуют товарооборот, который, как уже было сказано, является одним из основных показателей, по которому оценивается экономическая, социальная и другая деятельность предприятий торговли.

Проведем анализ розничного товарооборота ООО «СМАРТ», рассмотрим его структуру и динамику (таблицы 5 и 6).

Таблица 5 – Структура товарооборота ООО «СМАРТ» по товарным группам

Товарные группы	2017 г.		2018 г.		Изменение	
	руб.	уд. вес	руб.	уд. вес	руб.	уд. вес
Колбасные изделия	828 345	9,9	1 134 596	9,2	306 251	-0,7
Кондитерские изделия	732 015	8,8	1 282 627	10,4	550 612	1,6
Хлебобулочные изделия	789 638	9,5	963 417	7,8	173779	-1,7
Мясо и птица	815 498	9,8	1 355 896	11,0	540 398	1,2
Рыба С/М	695 477	8,4	1 276 855	10,4	581 378	2,0
Овощи и фрукты	811 910	9,8	1 168 425	9,5	356 515	-0,3
Безалкогольные напитки	485 639	5,8	587 114	4,8	101 475	-1,0
Мороженое	347 852	4,2	524 526	4,3	176 674	0,1
Крупы	666 285	8,0	915 632	7,4	249 347	-0,6
Чай и кофе	387 621	4,7	702 833	5,7	315 212	1,0
Макаронные изделия	715 855	8,6	963 745	7,8	247 890	-0,8
Бытовая химия	965 278	11,6	1 123 521	9,1	158 243	-2,5
Прочее	83 224	0,9	306 658	2,5	223 434	1,6
Итого	8 324 637	100	12 305 845	100	3 981 208	0

Проанализировав данные из таблицы 5, можно сделать вывод, что по рассматриваемым товарным группам произошло увеличение продаж. Можно предположить, что главными причинами роста продаж являются активные мероприятия ООО «СМАРТ» по проведению рекламных акций и открытие дополнительных торговых точек. Положительная динамика доходов ООО «СМАРТ» от розничной торговли свидетельствует об устойчивом положении предприятия на рынке, несмотря на бурный рост числа торговых точек конкурентов (торговые сети «Командор», «Эскадра» и другие). Товарооборот увеличился почти на 48 %.

Для оценки равномерности и ритмичности развития товарооборота следует изучить выполнение плана и его динамику по месяцам (таблица 6).

Таблица 6 – Товарооборот ООО «СМАРТ» по месяцам за 2018 г.

Месяц	Выпуск продукции, руб.		Процент выполнения плана
	плановый	фактический	
Январь	884 498	734 596	83,1
Февраль	872 529	882 627	101,2
Март	1 283 877	1 263 417	98,4
Апрель	990 325	1 055 896	106,6
Май	776 926	876 855	112,9
Июнь	780 114	860 979	110,4
Июль	797 852	857 114	107,4
Август	754 058	824 526	109,3
Сентябрь	985 632	915 632	92,9
Октябрь	996 333	1 202 833	120,7
Ноябрь	952 178	1 663 745	174,7
Декабрь	1 963 200	2 223 521	113,3
Итого:	12 037 522	12 305 845	102,2

Опираясь на данные из таблицы 6, можно сказать, что предприятие выполнило и даже перевыполнило план в девяти месяцах из двенадцати.

Более того, фактический выпуск продукции превзошел 100 %.

Теперь найдем коэффициент ритмичности, который рассчитывается по формуле [12]:

$$K_p = \frac{p_{\text{ф}}}{p_{\text{п}}}, \quad (7)$$

где $p_{\text{ф}}$ – продукция, фактически выпущенная в пределах плана;

$p_{\text{п}}$ – продукция плановая.

Рассчитаем коэффициент ритмичности, исходя из показателей таблицы 6:

$$K_p = \frac{12\,305\,845}{12\,037\,522} = 1,02$$

Так как предприятие в 2018 г. перевыполнило план, то его деятельность не является ритмичной, а потому следует рассчитать коэффициент аритмичности по следующей формуле [37]:

$$K_{\text{аритм.}} = 1 - K_p \quad (8)$$

$$K_{\text{аритм.}} = 1 - 1,02 = -0,02$$

Чем менее ритмично работает предприятие, тем выше показатель аритмичности. В нашем случае можно сказать, что деятельность предприятия немного отклоняется от ритмичной, так как коэффициент аритмичности принимает малое значение.

Для определения коэффициента равномерности необходимо по следующим формулам предварительно рассчитать среднее квадратическое отклонение (δ) и коэффициент вариации, или неравномерности (v) [12]:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}} \quad (9)$$

$$v = \frac{\delta * 100}{\bar{x}} \quad (10)$$

где x — процент выполнения плана или темп изменения в динамике по изучаемому показателю за каждый месяц или квартал;

\bar{x} — процент выполнения плана или темп повышения (снижения) в динамике по анализируемому показателю за год;

n — число месяцев (кварталов) изучаемого периода.

Среднее квадратическое отклонение позволяет изучить и оценить колебание в развитии анализируемого показателя. По коэффициенту вариации (неравномерности) можно проанализировать неравномерность развития исследуемого показателя.

$$\delta = \sqrt{\frac{(83,1 - 102,2)^2 + (101,2 - 102,2)^2 + \dots + (113,3 - 102,2)^2}{12}} = 23,2$$

Коэффициент вариации (неравномерности) выполнения плана розничного товарооборота по месяцам отчетного года по торговому предприятию равен:

$$v = \frac{23,2 * 100}{102,2} = 22,7 \%$$

Значение коэффициента вариации превышает оптимальное значение, которое составляет 10 %, следовательно, колебания велики и степень отклонения в выполнении прогнозируемого товарооборота от среднего уровня также велика.

Коэффициент равномерности ($K_{\text{равн}}$) рассчитывают по следующей формуле:

$$K_{\text{равн}} = 100 - v \quad (11)$$

$$K_{\text{равн}} = 100 \% - 22,7 \% = 77,3 \%$$

Таким образом, выполнение плана товарооборота ООО «СМАРТ» за 2018 год было равномерным на 77,3 %. Можно сделать вывод, что деятельность ООО «СМАРТ» не была абсолютно ритмичной и равномерной, так как имело место перевыполнение плана.

Ритмичная работа организации является важнейшим условием своевременного и качественного выпуска продукции. Неритмичная работа организации приводит к следующим последствиям:

- снижению качества продукции;
- увеличению незавершенного производства;
- увеличению сверхплановых остатков готовой продукции на складах;
- замедлению оборачиваемости капитала;
- невыполнению поставок по договорам;
- несвоевременному поступлению выручки;
- перерасходу заработной платы;
- повышению себестоимости продукции;
- уменьшению суммы прибыли;
- ухудшению финансового состояния предприятия.

Для обеспечения ритмичности производства, как одного из факторов повышения его эффективности, улучшения качества продукции и всей работы предприятия, необходимо весьма тщательно распределить годовой объем производства продукции по кварталам с учетом установленных сроков и объемов поставки продукции; наращивания выпуска продукции за счет прироста и улучшения использования мощностей и основных фондов, а также за счет различных мероприятий; сроков ввода в действие новых мощностей и оборудования; обеспечения равномерной загрузки и ритмичной работы всех производственных подразделений объединения (предприятия); возможного выбытия основных фондов, а также остановки отдельных цехов для ремонта оборудования; снятия с производства устаревших видов продукции и замены их новыми видами продукции и т. д.

Теперь проанализируем товарооборот ООО «Фрэшритейл» (таблицы 7 и 8).

Таблица 7 – Структура товарооборота ООО «Фрэшритейл» по товарным группам

Товарные группы	2017 год		2018 год		Изменение	
	тыс. руб.	уд. вес	тыс. руб.	уд. вес	тыс. руб.	уд. вес
Колбасные изделия	378 955	10,3	392 427	9,7	13 472	-0,6
Кондитерские изделия	287 412	7,8	286 332	7,1	-1 080	-0,7
Хлебобулочные изделия	296 332	8,1	315 247	7,8	18 915	-0,3
Мясо и птица	374 587	10,2	402 961	9,9	28 374	-0,3
Рыба С/М	331 339	9,0	357 002	8,8	25 663	-0,2
Овощи и фрукты	372 947	10,1	405 825	10,0	32 878	-0,1
Безалкогольные напитки	97 671	2,7	104 111	2,6	6 440	-0,1
Мороженое	77 605	2,1	78 420	1,9	815	-0,2
Крупы	232 114	6,3	310 825	7,7	78 711	1,4
Чай и кофе	187 825	5,1	205 786	5,1	17 961	0
Макаронные изделия	201 225	5,5	228 392	5,6	27 167	0,1
Бытовая химия	787 158	21,4	903 555	22,3	116 397	0,9
Прочее	52 108	1,4	63 210	1,6	11 102	0,2
Итого	3 677 278	100	4 054 093	100	376 815	0

Проанализировав таблицу 7, можно заметить снижение удельного веса продаж по некоторым товарным группам, а также снижение показателя товарооборота по группе кондитерских изделий. Товарооборот по всем товарным группам увеличился на 11 %.

Для оценки равномерности и ритмичности развития товарооборота ООО «Фрэшритейл» изучим выполнение плана и его динамику по месяцам (таблица 8).

Таблица 8 – Товарооборот ООО «Фрэшритейл» по месяцам за 2018 г.

Месяц	Выпуск продукции, руб.		Процент выполнения плана
	плановый	фактический	
Январь	402 636	314 325	78,1
Февраль	300 114	292 865	97,6
Март	325 882	325 936	99,8
Апрель	309 632	312 119	100,8
Май	321 001	346 936	108,1
Июнь	307 258	311 418	101,4
Июль	328 541	278 936	84,9
Август	326 221	275 825	84,6
Сентябрь	354 142	295 174	83,3
Октябрь	301 245	308 330	102,4
Ноябрь	320 939	328 114	102,2
Декабрь	810 030	664 115	81,9
Итого:	4 086 640	4 054 093	99,2

Исходя из таблицы 8, можно сказать, что предприятие выполнило и перевыполнило план в пяти месяцах из двенадцати, а значение фактического выпуска продукции за 2018 г. было довольно близко к 100 %. То есть предприятие немного недовыполнило план.

Рассчитаем коэффициент ритмичности, исходя из показателей таблицы 8:

$$K_p = \frac{4\,054\,093}{4\,086\,640} = 0,99$$

Коэффициент ритмичности близок к 1, следовательно, продажи в ООО «Фрэшритейл» осуществляются ритмично, то есть имеет место равномерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренных планом.

Проанализируем равномерность выполнения плана розничного товарооборота по месяцам отчетного года, предварительно определив среднее квадратическое отклонение:

$$\delta = \sqrt{\frac{(78,1-99,2)^2 + (97,6-99,2)^2 + \dots + (81,9-99,2)^2}{12}} = 11,3$$

Коэффициент вариации (неравномерности) выполнения плана розничного товарооборота по месяцам отчетного года по торговому предприятию равен:

$$v = \frac{11,6 \cdot 100}{101,7} = 11,4 \%$$

Значение коэффициента вариации немного превышает оптимальное значение, равное 10, следовательно, имеются колебания и степень отклонения в выполнении прогнозируемого товарооборота от среднего уровня незначительна.

Рассчитаем коэффициент равномерности:

$$K_{\text{равн}} = 100 \% - 11,4 \% = 88,6 \%$$

Таким образом, выполнение плана товарооборота ООО «Фрэшритейл» за отчетный год было равномерным на 88,6 %.

Итак, проанализировав показатели товарооборота торговых организаций, можно сказать, что деятельность ООО «СМАРТ» является менее ритмичной и равномерной в сравнении с деятельностью ООО «Фрэшритейл». Коэффициент ритмичности ООО «Фрэшритейл» принимает оптимальное значение (0,99), что положительно сказывается на функционировании торгового предприятия, так как ритмичная работа является основным условием своевременного выпуска и реализации продукции.

Неритмичность ухудшает все экономические показатели: снижается качество продукции; увеличиваются объем незавершенного производства и сверхплановые остатки готовой продукции на складах и, как следствие, замедляется оборачиваемость капитала; не выполняются поставки по договорам и предприятие платит штрафы за несвоевременную отгрузку продукции; несвоевременно поступает выручка; перерасходуется фонд заработной платы в связи с тем, что в начале месяца рабочим платят за простои, а в конце – за

сверхурочные работы. Все это приводит к повышению себестоимости продукции, уменьшению суммы прибыли и ухудшению финансового состояния предприятия.

2.3 Анализ издержек обращения ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»

Издержки обращения – это текущие расходы, связанные с движением товаров от производства до потребителя. Издержками обращения называют выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по планомерному доведению и реализации товаров потребителям. Они включают расходы на оплату труда работников торговли, транспортирование, хранение, упаковку, подсортировку и подготовку товаров к продаже, а также расходы на организацию закупки и реализации, на управление торговлей, ведение учета и контроля за выполнением планов торгово-финансовой деятельности.

Экономический анализ издержек обращения позволяет выявить возможности более эффективного использования материальных, трудовых, денежных ресурсов и тем самым повысить эффективность торговой деятельности для укрепления конкурентоспособности.

Издержки обращения торговых предприятий измеряются и изучаются в сумме и по уровню. Уровень издержек обращения представляет отношение их суммы к товарообороту, выраженное в процентах. Он является одним из важнейших качественных показателей оценки хозяйственной деятельности торговых предприятий и показывает, сколько процентов занимают издержки обращения в розничной (продажной) стоимости товаров. В торговле заложены неисчерпаемые возможности относительного снижения издержек обращения при повышении качества торгового обслуживания населения, сокращении затрат времени покупателей на приобретение товаров. Однако используются эти возможности недостаточно.

При анализе издержек обращения необходимо:

- использовать информацию об издержках обращения данной организации и организаций конкурентов;
- учитывать изменение факторов внутренней и внешней среды, влияющих на затраты.

Изучение издержек обращения в сфере торговли в современных условиях хозяйствования имеет большое практическое значение. Эта проблема приобретает особую актуальность, так как результаты работы каждого предприятия, его конкурентоспособность находятся во все большей зависимости от уровня затрат.

Задачи анализа издержек обращения — не только изучить выполнение плана и дать объективную оценку соблюдению их сметы, но и выявить резервы сокращения расходов и разработать меры по их использованию путем устранения непроизводительных затрат, бесхозяйственности, расточительства и обеспечения наиболее экономного, целесообразного и

эффективного использования средств и труда. В процессе анализа необходимо также изучить динамику издержек обращения, выявить и измерить влияние основных факторов на их размер.

Ознакомимся со значениями издержек обращения организации ООО «СМАРТ», представленными в таблице 9.

Таблица 9 – Статьи издержек обращения ООО «СМАРТ» за 2017 - 2018 гг.

Руб.

Статьи издержек обращения	2017 г.	2018 г.	Абсолютное изменение
1 Транспортные расходы	1 409 631	2 698 925	1 289 294
2 Расходы по оплате труда	1 575 936	1 784 300	208 364
3 Отчисления на социальные нужды	1 132 780	1 214 681	81 901
4 Плата за электро- и теплоэнергию	1 214 536	1 329 485	114 949
5 Расходы на рекламу	1 163 235	1 204 782	41 547
6 Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров	209 452	865 993	656 541
7 Прочие расходы	209 922	933 907	723 985
Итого	6 915 492	10 032 073	3 116 581

Из данной таблицы можно сделать вывод, что в 2018 г. произошло значительное увеличение всех статей издержек обращения. Больше всего возросли транспортные расходы, что может быть связано с увеличением цен на бензин и другими факторами.

Уровень издержек обращения рассчитывается по формуле [12]:

$$\frac{\text{Сумма издержек обращения}}{\text{Товарооборот}} * 100 \% \quad (12)$$

Рассчитаем уровень издержек обращения предприятия ООО «СМАРТ» за 2018 г.:

$$\frac{10\,032\,073}{12\,305\,845} * 100 \% = 81,52 \%$$

В 2017 г. уровень издержек этого предприятия составил:

$$\frac{6\,915\,492}{8\,324\,637} * 100 \% = 83,07 \%$$

Таким образом, уровень издержек обращения торгового предприятия ООО «СМАРТ» в 2018 г. по сравнению с 2017 г. снизился на 1,87 %. Так как в 2018 г. возросли и издержки обращения данной организации (на 45 %), и ее товарооборот (на 48 %), то значение, на которое увеличился уровень издержек обращения принимает небольшую величину.

Теперь проанализируем издержки обращения организации ООО «Фрэшритейл», показатели которых представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Статьи издержек обращения ООО «Фрэшритейл» за 2017 - 2018 гг.

Руб.

Статьи издержек обращения	2017 г.	2018 г.	Абсолютное изменение
1 Транспортные расходы	1 167 925	1 208 285	40 360
2 Расходы по оплате труда	1 179 639	1 198 971	19 332
3 Отчисления на социальные нужды	151 356	159 017	7 661
4 Плата за электро- и теплоэнергию	154 826	184 239	29 413
5 Расходы на рекламу	262 936	218 107	-44 829
6 Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров	202 532	222 690	20 158
7 Прочие расходы	159 641	87 546	-72 095
Итого	3 058 775	3 278 855	220 080

Из данной таблицы 10 можно сделать вывод, что в 2018 г. произошло увеличение транспортных расходов, платы за электро- и теплоэнергию, а также расходов на оплату труда, что связано с увеличением численности работников. Прочие расходы и расходы на рекламу снизились, что предположительно связано с тем, что организация отошла от активной рекламной кампании (отказалась от рекламы на ТВ).

Теперь рассчитаем уровень издержек обращения предприятия ООО «Фрэшритейл» за 2018 г.:

$$\frac{3\,278\,855}{4\,054\,093} * 100 \% = 80,88 \%$$

В 2017 г. уровень издержек этого предприятия составил:

$$\frac{3\,058\,775}{3\,677\,278} * 100 \% = 83,18 \%$$

Таким образом, уровень издержек обращения торгового предприятия ООО «Фрэшритейл» снизился в 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 2,77 %. Издержки обращения данной организации увеличились к 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 7 %, а товарооборот – на 10%.

Далее рассмотрим, как влияет изменение розничных цен на товары на издержки обращения (таблица 11).

Таблица 11 – Анализ влияния розничных цен на издержки обращения в ООО «СМАРТ» за 2018 г.

Показатель	Значение
Товарооборот в действующих розничных ценах, руб.	12 305 845
Индекс цен, %	102,9
Издержки обращения, руб.	10 032 073
Уровень издержек обращения в действующих розничных ценах	81,52

Опираясь на данные из таблицы 11, рассчитаем товарооборот в базисных ценах по следующей формуле [12]:

$$T_{б.ц.} = \frac{T_{р.ц.}}{I_{ц.}} \quad (13)$$

Итак, розничный товарооборот в базисных ценах для организации ООО «СМАРТ» за 2108 г. составил:

$$T_{б.ц.} = \frac{12\,305\,845}{1,029} = 11\,959\,033 \text{ руб.}$$

Теперь рассчитаем уровень издержек обращения в процентах к товарообороту с учетом изменения цен:

$$У_{и.о.(\Delta \text{ цен})} = \frac{10\,032\,073}{11\,959\,033} * 100 = 83,89 \%$$

И, наконец, рассчитаем изменение уровня издержек обращения за счет снижения розничных цен:

$$\Delta_{у.и.о.} = 81,52 \% - 83,89 \% = -2,37 \%$$

Чем ниже розничные цены, тем выше будет при прочих равных условиях уровень издержек обращения.

В данном случае увеличение розничных цен на товары вызвало снижение уровня издержек обращения на 2,37 %.

Теперь проанализируем влияние изменения розничных цен на издержки обращения ООО «Фрэшритейл» за 2018 г., опираясь на данные из таблицы 12.

Таблица 12 – Анализ влияния розничных цен на издержки обращения в ООО «Фрэшритейл» за 2018 г.

Показатель	Значение
Товарооборот в действующих розничных ценах, руб.	4 054 093
Индекс цен, %	102,9
Издержки обращения, руб.	3 278 855
Уровень издержек обращения в действующих розничных ценах	80,88

Розничный товарооборот в базисных ценах для организации ООО «Фрэшритейл» за 2018 г. составил:

$$T_{б.ц.} = \frac{4\,054\,093}{1,029} = 3\,939\,838 \text{ руб.}$$

Уровень издержек обращения в процентах к товарообороту с учетом изменения цен:

$$Y_{\text{и.о.}(\Delta \text{ цен})} = \frac{3\,278\,855}{3\,939\,838} * 100 = 83,22 \%$$

Изменение уровня издержек обращения за счет снижения розничных цен:

$$\Delta y_{\text{и.о.}} = 80,88 \% - 83,22 \% = -2,34 \%$$

Таким образом, увеличение розничных цен на товары вызвало снижение уровня издержек обращения на 2,34 %.

Итак, проанализировав издержки обращения торговых предприятий, можно сказать, что у ООО «СМАРТ» издержки выросли на 45 %, а у ООО «Фрэшритейл» - всего на 7,2 %. Такой рост у ООО «СМАРТ» связан, в первую очередь, с увеличением транспортных расходов.

Также можно сказать, что изменение розничных цен одинаково влияет на издержки обращения исследуемых торговых организаций: увеличение цен на товары приводит к снижению издержек обращения практически на одну и ту же величину (на 2,37 % у ООО «СМАРТ» и 2,34 % у ООО «Фрэшритейл»). Следует сказать, что не всякое снижение затрат является оправданным и приводит к повышению эффективности деятельности торгового предприятия. Так, снижение расходов на фасовку и упаковку товаров, на рекламу не следует оценивать положительно, если оно ухудшает качество обслуживания покупателей, снижает сумму продаж, так как это в конечном итоге приводит к снижению конкурентоспособности данного торгового предприятия на рынке.

2.4 Эффективность использования ресурсов в ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»

Эффективность текущей деятельности предприятия связана с результативностью использования материальных и трудовых ресурсов предприятия. Производительность труда – это результативность полезного конкретного труда, которая характеризует эффективность целесообразной производственной деятельности работников предприятия за определенный промежуток времени (час, день, месяц, год). Она рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Производительность}_{\text{труда}} = \frac{\text{Валовая выручка}}{\text{Среднесписочное число работников}} \quad (14)$$

В общем виде производительность труда измеряется количеством продукции (работ, услуг), произведенных в единицу рабочего времени, либо затратами рабочего времени на единицу продукции (работ, услуг).

Рассчитаем производительность труда для ООО «СМАРТ» и представим результаты в таблице 13 [12]:

Таблица 13 – Расчет производительности труда в ООО «СМАРТ»

Показатель	2017 г.	2018 г.
Среднесписочная численность, чел.	2284	2417
Валовая выручка, тыс. руб.	8 325	12 306
Производительность труда, тыс. руб./чел.	3,6	5,1

Производительность труда в ООО «СМАРТ» в 2018 г. увеличилась по сравнению с 2017 г. почти на 42 %. Рост производительности труда является исключительно позитивной тенденцией, которая достигается либо за счет увеличения выручки от реализации, либо за счет уменьшения показателя среднесписочной численности работников. В данном случае наблюдается увеличение производительности труда, что объясняется увеличением валовой выручки более высокими темпами (с 2017 г. она увеличилась на 48 %), чем среднесписочной численностью работников (с 2017 г. она увеличилась лишь на 5 %).

Теперь рассчитаем производительность труда в ООО «Фрэшритейл» (таблица 14).

Таблица 14 – Расчет производительности труда в ООО «Фрэшритейл»

Показатель	2017 г.	2018 г.
Среднесписочная численность, чел.	917	930
Валовая выручка, тыс. руб.	3 677	4 054
Производительность труда, тыс. руб./чел.	4,0	4,4

Производительность труда в ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. также возросла, и этот рост составил 10 %. Увеличение производительности труда произошло за счет значительного роста валовой выручки (10 % по сравнению с 2017 г.) и также за счет небольшого увеличения среднесписочной численности (1 % по сравнению с 2017 г.).

Для постоянной тенденции к увеличению производительности труда требуется целый комплекс мер (от применения новых технологий до сокращения персонала), индивидуально разрабатываемых на каждом предприятии.

Возможности повышения производительности труда определяются факторами и резервами роста производительности труда.

Можно выделить следующие группы факторов:

1. Внедрение инноваций, направленных на повышение технического уровня производства. Это механизация, автоматизация, компьютеризация производства, внедрение прогрессивных технологических процессов.

2. Изменение структуры и объема производства. Применение данной группы факторов позволяет добиться роста производительности труда за счет выпуска менее трудоемкой продукции, увеличения доли покупных изделий и т.д.

Резервы роста производительности труда – это внутренние потенциальные возможности повышения производительности труда, которые могут быть использованы в планируемом периоде без значительных капитальных вложений.

Еще одним показателем экономической эффективности производства является трудоемкость продукции — величина, обратная показателю производительности живого труда. Данный показатель позволяет оценить эффективность использования рабочего времени в процессе производства или выполнения работ. Рассчитаем данный показатель для ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» и представим результаты в таблице 15.

Таблица 15 – Трудоемкость продукции ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл»

Чел./ тыс. руб.

ООО «СМАРТ»		ООО «Фрэшритейл»	
2017 г.	2018 г.	2017 г.	2018 г.
0,28	0,20	0,25	0,23

Из таблицы 15 можно сделать вывод, что в 2017 г. организация ООО «СМАРТ» имеет большую трудоемкость, чем организация ООО «Фрэшритейл». Однако к 2018 г. трудоемкость ООО «СМАРТ» снизилась почти на 29 %, что свидетельствует о росте эффективности использования рабочего времени.

Теперь проанализируем общий численный состав работающих в ООО «СМАРТ» за 2017 – 2018 гг. (таблица 16).

Таблица 16 – Динамика и структура персонала ООО «СМАРТ» по категориям занятых за 2017-2018 гг.

Категории занятых	2017 г.		2018 г.	
	кол-во, чел	уд. вес, %	кол-во, чел	уд. вес, %
Управленческий персонал	370	16,2	385	15,9
Офисные работники	566	24,8	578	23,9
Торговый персонал	710	31,1	756	31,3
Занятые в общественном питании	281	12,3	302	12,5
Персонал склада	226	9,9	232	9,6
Персонал охранной системы	131	5,7	164	6,8
Итого	2 284	100	2 417	100

Из таблицы 16 можно сделать вывод, что в 2017-2018 гг. основной удельный вес приходится на торговый персонал. Удельный вес управленческого персонала, офисных работников и персонал склад незначительно снизился (на 0,3, 0,9 и 0,3 соответственно), а удельный вес торгового персонала и занятых в общественном питании и персонала охранной системы наоборот увеличился (на 0,2, 0,2 и 1,1 соответственно).

Теперь рассмотрим структуру персонала в ООО «Фрэшритейл» за такой же анализируемый период (таблица 17).

Таблица 17 – Динамика и структура персонала ООО «Фрэшритейл» по категориям занятых за 2017-2018 гг.

Категории занятых	2017 г.		2018 г.	
	кол-во, чел	уд. вес, %	кол-во, чел	уд. вес, %
Управленческий персонал	160	17,4	148	15,9
Офисные работники	243	26,5	240	25,8
Торговый персонал	303	33,0	282	30,3
Занятые в общественном питании	109	11,9	94	10,1
Персонал склада	79	8,7	73	7,8
Персонал охранной системы	23	2,5	93	10,1
Итого	917	100	930	100

Из таблицы 17 можно сделать вывод, что удельный вес всех категорий занятых, кроме персонала охранной системы, снизился в среднем на 1,5 %, а удельный вес персонала охранной системы вырос более чем в 4 раза. Это связано с проведением мероприятий по усилению системы охраны, в связи с чем было набрано больше охранников.

Итак, сравним показатели динамики и структуры персонала на предприятиях розничной торговли ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» за 2017-2018 гг. Как уже было сказано, за анализируемый период удельный вес почти всех групп трудовых ресурсов в ООО «Фрэшритейл» снизился, в отличие от ООО «СМАРТ». Это связано с тем, что с осени 2018 г. начался процесс перехода многих гастрономов, которые находятся под руководством ООО «Фрэшритейл», в ведение ООО «СМАРТ», и именно поэтому численность сотрудников в данной организации к концу 2018 г. стало намного выше, чем в ООО «Фрэшритейл».

Так как исследуемые организации осуществляют розничную торговлю товарами, то можно рассчитать такой показатель, как обобщающий коэффициент уровня качества обслуживания покупателей [23], который определяется на основании показателей, приведенных в таблице 18.

Таблица 18 – Данные для расчета показателей, влияющих на коэффициент уровня качества обслуживания покупателей в ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл»

Показатель	ООО «СМАРТ»	ООО «Фрэшритейл»
Число покупок за день, ед.	2274	2023
Число человек, зашедших в магазин, чел.	2472	2273
Фактическое количество дополнительных услуг, оказываемых покупателю в торговом предприятии, ед.	5	5
Максимальное количество услуг, которое может быть оказано конечному покупателю в торговом предприятии с учетом комплекса услуг конкурентов на данном товарном рынке, ед.	10	10
Оптимальные затраты времени покупателей на ожидание обслуживания, сек.	120	120
Средние фактические затраты времени покупателей на ожидание обслуживания, сек.	148	145
Количество покупателей, давших отличную и хорошую оценку качества обслуживания в магазине, чел.	85	58
Общее количество покупателей, оценивших качество обслуживания в магазине, чел.	96	71

Качество торгового обслуживания [26] – совокупность элементов, определяющих состояние материально-технической базы, применения прогрессивных методов продажи, полноты и устойчивости ассортимента, затрат времени на покупку товара, товарооборота. Определение этих показателей основано на использовании данных статистической отчетности, а также специально организованных хронометражных и других наблюдений, анкетирования покупателей и работников и т.п.

Рассмотрим формулы расчета данных показателей [27]:

1. Коэффициент завершенности покупки:

$$K_{з.п.} = \frac{N_{п.}}{N_{ч.}}, \quad (15)$$

где $N_{п.}$ – число покупок за день, ед.;

$N_{ч.}$ – число человек, зашедших в магазин, чел.

2. Коэффициент дополнительного обслуживания:

$$K_{доп.обсл.} = \frac{y_{ф.}}{y_{max.}}, \quad (16)$$

где $y_{ф.}$ – фактическое количество дополнительных услуг, оказываемых покупателю;

Y_{max} . – максимальное количество услуг, которое может быть оказано конечному покупателю в торговом предприятии с учетом комплекса услуг конкурентов на данном товарном рынке.

3. Коэффициент, характеризующий затраты времени покупателей на приобретение товаров:

$$K_{з.в.} = \frac{z_o}{z_{ф.}} \quad (17)$$

где z_o . – оптимальные затраты времени покупателей на ожидание обслуживания, установленные в результате проведенных исследований для данного типа торгового предприятия, сек.;

$z_{ф.}$ – средние фактические затраты времени покупателей на ожидание обслуживания, сек.

4. Коэффициент, характеризующий качество обслуживания покупателей по данным устного опроса:

$$K_{ур.усл.} = \frac{M_{п.}}{M_o}, \quad (18)$$

где $M_{п.}$ – количество покупателей, давших отличную и хорошую оценку качества обслуживания в магазине, чел.;

M_o . – общее количество покупателей, оценивших качество обслуживания в магазине, чел.

По приведенным выше формулам рассчитаем необходимые коэффициенты и отразим их значения в таблице 19.

Таблица 19 – Показатели, необходимые для определения уровня качества обслуживания покупателей в ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» за 2018 г.

Показатель	Значение	
	ООО СМАРТ»	ООО «Фрэшритейл»
Коэффициент завершенности покупки	0,92	0,89
Коэффициент дополнительного обслуживания	0,73	0,75
Коэффициент, характеризующий затраты времени покупателей на приобретение товаров	0,81	0,83
Коэффициент, характеризующий качество обслуживания покупателей по данным устного опроса	0,89	0,82

Рассчитаем обобщающий коэффициент уровня качества обслуживания покупателей в ООО «СМАРТ» за 2018 г., применив следующую формулу [32]:

$$K_{об.} = \frac{(K_{з.п.} * 0,45) + (K_{доп.обсл.} * 0,20) + (K_{з.в.} * 0,50) + K_{к.обсл.}}{2}, \quad (19)$$

где $K_{з.п.}$ – коэффициент завершенности покупки;
 $K_{доп.обсл.}$ – коэффициент, характеризующий уровень услуг;
 $K_{з.в.}$ – коэффициент, характеризующий затраты времени покупателей на приобретение товаров;
 $K_{к.обсл.}$ – коэффициент, характеризующий качество обслуживания покупателей по данным устного опроса.

$$K_{об.} = \frac{(0,92 * 0,45) + (0,5 * 0,20) + (0,81 * 0,50) + 0,89}{2} = 0,90$$

Показатель уровня качества обслуживания покупателей принимает достаточно высокое значение, что свидетельствует о том, что гастрономы, принадлежащие ООО «СМАРТ», можно отнести к категории магазинов с высоким уровнем качества обслуживания.

Теперь рассчитаем данный показатель для ООО «Фрэшритейл» за 2018 г.:

$$K_{об.} = \frac{(0,89 * 0,45) + (0,5 * 0,20) + (0,83 * 0,50) + 0,82}{2} = 0,87$$

У ООО «Фрэшритейл» коэффициент уровня качества обслуживания покупателей принимает также высокое значение, но оно меньше, чем у ООО «СМАРТ», следовательно, гастрономы, принадлежащие ООО «Фрэшритейл» уступают ООО «СМАРТ» по уровню качества обслуживания покупателей.

Обобщающий показатель качества обслуживания покупателей рассчитывается в первую очередь для стимулирования труда работников торгового предприятия и выявления неиспользованных коллективом резервов для повышения культуры и качества обслуживания, а тем самым – для повышения имиджа предприятия на потребительском рынке и повышения конкурентоспособности в условиях усиления конкурентной борьбы.

Таким образом, на основании проведенных расчетов можно сделать вывод о том, что торговая организация ООО «СМАРТ» имеет более высокие показатели производительности труда, более эффективные показатели использования рабочего времени (трудоемкость), а также более высокий уровень качества обслуживания покупателей.

Теперь проведем факторный анализ прибыли, который необходим для оценки резервов повышения эффективности производства, т.е. основной задачей факторного анализа является поиск путей максимизации прибыли компании [28]. Кроме того, факторный анализ прибыли от продаж является обоснованием для принятия управленческих решений.

У исследуемых торговых организаций разница между валовой прибылью и коммерческими расходами является отрицательной величиной, поэтому будем проводить факторный анализ не прибыли, а убытка от продаж (таблица 20).

Таблица 20 – Исходные данные для факторного анализа убытка от продаж ООО «СМАРТ»

Показатели	2017 г.	2018 г.	Абсолютное изменение
1 Розничный товарооборот, руб.	8 324 637	12 305 845	3 981 208
2 Издержки обращения, руб.	6 915 492	10 032 073	3 116 581
3 Коммерческие расходы	1 565 882	2 364 227	798 345
4 Убыток от продаж, руб.	-156 737	-90 455	66 282

Для анализа влияния факторов на убыток от продаж будем использовать аддитивную модель вида:

$$\Delta Y = PT - IO - KP = a - b - c, \quad (20)$$

где фактор a – розничный товарооборот (РТ);

фактор b – издержки обращения (ИО);

фактор c – коммерческие расходы (КР).

Проверим следующие условия:

$$\Delta Y(a) = \Delta a$$

$$\Delta Y(b) = -\Delta b$$

$$\Delta Y(c) = -\Delta c$$

Для удобства отразим полученные данные в таблице 21.

Проанализировав таблицу 21, можно сказать, что один фактор сыграл положительную роль (рост объема розничного товарооборота), а оставшиеся два – отрицательную (рост уровня издержек обращения и коммерческих расходов).

Таблица 21 – Факторный анализ убытка от продаж ООО «СМАРТ»

Показатель	Обозначение	Результат
1 Розничный товарооборот, руб.	$\Delta Y(a)$	3 981 208
2 Издержки обращения, руб.	$\Delta Y(b)$	-3 116 581
3 Коммерческие расходы	$\Delta Y(c)$	-798 345
4 Убыток от продаж, руб.	ΔY	66 282
Проверка	$\Delta Y = \Delta Y(a) + \Delta Y(b) + \Delta Y(c)$	$66\,282 = 3\,981\,208 + (-3\,116\,581) + (-798\,345) = 66\,282$

Резервами снижения убытка от продаж в будущем в ООО «СМАРТ» будет являться снижение издержек обращения и коммерческих расходов. Максимальным резервом снижения убытка от продаж будет являться сокращение издержек обращения.

Теперь проведем факторный анализ для ООО «Фрэшритейл», исходя из данных, приведенных в таблице 22.

Таблица 22 – Исходные данные для факторного анализа убытка от продаж ООО «Фрэшритейл»

Показатели	2017 г.	2018 г.	Абсолютное изменение
1 Розничный товарооборот, руб.	3 677 278	4 054 093	376 815
2 Издержки обращения, руб.	3 058 775	3 278 885	220 110
3 Коммерческие расходы	673 870	795 352	121 482
4 Убыток от продаж, руб.	-55 367	-20 114	35 253

Рассчитаем необходимые показатели для ООО «Фрэшритейл» и представим полученные данные в таблице 23.

Таблица 23 – Факторный анализ убытка от продаж ООО «СМАРТ»

Показатель	Обозначение	Результат
1 Розничный товарооборот, руб.	$\Delta Y(a)$	376 815
2 Издержки обращения, руб.	$\Delta Y(b)$	-220 110
3 Коммерческие расходы	$\Delta Y(c)$	-121 482
4 Убыток от продаж, руб.	ΔY	35 253
Проверка	$\Delta Y = \Delta Y(a) + \Delta Y(b) + \Delta Y(c)$	$35\,253 = 376\,815 + (-220\,110) + (-121\,482) = 35\,253$

За анализируемый период (2017-2018 гг.) убыток от продаж ООО «Фрэшритейл» уменьшился на 35 253 руб. Розничный товарооборот в отчетном году по сравнению с предыдущим периодом увеличился, что положительно повлияло на убыток от продаж (он сократился). Увеличение издержек обращения в отчетном периоде на 220 110 руб. привело к росту убытка от продаж на 220 110 руб., а увеличение коммерческих расходов повлекло за собой рост убытка от продаж на 121 482 руб. Максимальным резервом снижения убытка от продаж в будущем в ООО «Фрэшритейл», как и в ООО «СМАРТ», является снижение уровня издержек обращения.

Приведенные расчеты показывают, что торговые организации располагают достаточными резервами для снижения убытка от продаж с дальнейшей трансформацией его в прибыль, прежде всего, за счет снижения уровня издержек обращения.

3 Совершенствование рейтингового анализа хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «Смарт» и ООО «Фрэшритейл»

3.1 Комплексный анализ финансового состояния ООО «СМАРТ»

Для проведения комплексного анализа финансового состояния организации ООО «СМАРТ» представим бухгалтерский баланс данного предприятия в сокращенном виде (приложение Д).

Теперь перейдем к проведению анализа имущества организации и источников его формирования.

Одним из условий, позволяющих говорить об успешной финансово-хозяйственной деятельности, является анализ имущественного положения и источников формирования имущества. Этот процесс отражается в ряде показателей [23]. Анализируя их, можно оценить формирование и распределение финансов.

Имущество организации и источники его формирования отражаются, соответственно, в активах и пассивах баланса [24] (таблицы 24 и 25).

Таблица 24 – Анализ статей пассива баланса ООО «СМАРТ» в 2018 г.

Пассив баланса	На н.г.		На к.г.		Абс. изменение в тыс. руб.	Темп роста %
	в тыс. руб.	в % к итогу	в тыс. руб.	в % к итогу		
1 ИСТОЧНИКИ ИМУЩЕСТВА, всего	1 359 742	100	1 710 525	100	350 783	125,8
1.1 Собственный капитал	100 992	7,4	128 066	7,5	27 074	126,8
1.2 Заемный капитал	1 258 750	92,6	1 582 459	92,5	323 709	125,7
1.2.1 Долгосрочные обязательства	183 289	13,5	20 020	1,2	-163 269	10,9
1.2.2 Краткосрочные кредиты и займы	5 276	0,4	153	0,009	-5 123	2,9
1.2.3 Кредиторская задолженность	1 070 185	78,7	1 562 286	91,291	492 101	146

Проанализировав статьи пассива, можно сказать, что организация ООО «СМАРТ» развивается в основном за счет заемных средств. На начало года их доля составила 92,6 %, на конец – 92,5 %, то есть можно сделать вывод о том, что заемный капитал ненамного уменьшился (в основном его уменьшение обусловлено снижением краткосрочных кредитов и займов). Доля собственного капитала, по сравнению с заемным, достаточно мала (7,4 % на

начало года и 7,5 % на конец года). Но, тем не менее, доля собственного капитала увеличилась на 26,8 %, поэтому можно сказать, что предприятие улучшило свое финансовое состояние.

Долгосрочные и краткосрочные обязательства предприятия снизились к концу года на 163 269 тыс. руб., что свидетельствует о том, что свидетельствует о стабилизации текущей деятельности предприятия и возможности хозяйствовать без влияния займодателей. Краткосрочные обязательства также существенно снизились к концу периода (на 5 123 тыс. руб.), что также говорит об улучшении финансового состояния организации.

Кредиторская задолженность предприятия является основной составляющей заемного капитала. Ее доля составляет 78,7 % на начало года и 91,3 % - на конец. Можно предположить, что ее рост связан с тем, что организация эффективно работает и налаживает более широкую связь с поставщиками в результате увеличения спроса на продукцию и за счет увеличения операций, связанных с приобретением товаров, работ и услуг.

Теперь проведем анализ статей актива баланса (таблица 25).

Таблица 25 – Анализ статей актива баланса ООО «СМАРТ» в 2018 г.

Актив баланса	На н.г.		На к.г.		Абсолютное изменение в тыс. руб.	Темп роста %
	в тыс. руб.	в % к итогу	в тыс. руб.	в % к итогу		
1 ИМУЩЕСТВО, всего	1 359 742	100	1 710 525	100	350 783	125,8
1.1 Внеоборотные активы	0	0	0	0	0	0
1.2 Оборотные активы	1 359 742	100	1 710 525	100	350 783	125,8
1.2.1 Запасы	960 016	70,6	1 046 842	61,2	86 826	109,0
1.2.2 Дебиторская задолженность	277 031	20,4	356 293	20,8	79 262	128,6
1.2.3 Денежные средства	122 695	9,0	307 390	18,0	184 695	250,5

Проанализировав статьи актива организации ООО «СМАРТ», можно сделать следующий вывод: так как в балансе предприятия не отражены внеоборотные активы, то все имущество данной организации формируется только за счет оборотных активов, доля которых на конец года увеличилась (на 350 783 тыс. руб.), что свидетельствует о повышении мобильности и маневренности имущества. Оборотные активы предприятия формируются в основном за счет запасов, так как их доля составляет 70,6 % на начало года и 61,2 % - на конец года.

Также ускоряется оборачиваемость имущества организации, что повышает эффективность ее деятельности.

Денежные средства и дебиторская задолженность предприятия увеличились с начала года. Можно предположить, что увеличение дебиторской задолженности и ее доли в оборотных активах свидетельствует о неосмотрительной кредитной политике предприятия по отношению к покупателям, а также об увеличении объема продаж, неплатежеспособности и банкротстве части покупателей.

Далее перейдем к проведению анализа ликвидности баланса организации.

Ликвидность баланса предприятия – способность организации с помощью своих активов покрывать обязательства перед кредиторами [25]. Ликвидность баланса является одним из важнейших финансовых показателей предприятия и напрямую определяет степень платежеспособности и уровень финансовой устойчивости. Чем выше ликвидность баланса, тем больше скорость погашения задолженностей предприятия. Низкая ликвидность баланса – это первый признак риска банкротства.

Анализ ликвидности баланса представляет собой группировку всех активов и пассивов предприятия. Так активы ранжируются по степени их реализуемости, т.е. чем больше ликвидность актива, тем выше его скорость трансформации в денежные средства. Сами денежные средства обладают максимальной степенью ликвидности. Пассивы предприятия ранжируются по степени срочности погашения. В таблице ниже представлена группировка активов и пассивов предприятия.

Условиями абсолютной ликвидности баланса предприятия являются следующие неравенства:

$$A_1 \geq P_1; A_2 \geq P_2; A_3 \geq P_3; A_4 \leq P_4, \quad (21)$$

где A_i – значение актива, $i=1, 2, 3, 4$;

P_i – значение пассива, $i=1, 2, 3, 4$.

Анализ и выполнение неравенств для различных видов активов и пассивов предприятия позволяет судить о степени ликвидности баланса. Если выполняются все условия, то баланс считается абсолютно ликвидным.

Проверим данные условия ликвидности для предприятия ООО «СМАРТ» и представим полученные результаты в таблице 26.

Из полученных данных можно сказать, что баланс организации ООО «СМАРТ» не является абсолютно ликвидным ни на начало года, ни на конец года.

Можно сделать следующие выводы:

– предприятие не может погасить наиболее срочные обязательства с помощью абсолютно ликвидных активов (т.к. $122\,695 < 1\,070\,185$ и $307\,390 < 1\,562\,286$);

Таблица 26 – Анализ ликвидности баланса ООО «СМАРТ» на основе абсолютных показателей в 2018 г.

Тыс. руб.

На начало года		На конец года		Платежный излишек или недостаток	
Актив	Пассив	Актив	Пассив	На н.г.	На к.г.
122 695	1 070 185	307 390	1 562 286	-947 490	-1 254 896
277 031	5 276	356 293	153	271 755	356 140
960 016	183 289	1 046 842	20 020	776 727	1 026 822
0	100 992	0	128 066	-100 992	-128 066

– предприятие может рассчитать по краткосрочным обязательствам перед кредиторами быстро реализуемыми активами (т.к. $277\,031 > 5\,276$ и $356\,293 > 153$);

– предприятие может погасить долгосрочные займы с помощью медленно реализуемых активов (т.к. $960\,016 > 183\,289$ и $1\,046\,842 > 20\,020$);

– предприятие обладает высокой степенью платежеспособности и может погасить различные виды обязательств соответствующими активами (т.к. $0 < 100\,992$ и $0 < 128\,066$).

Также выделяют такие виды ликвидности, как текущая и перспективная [26]. Текущая ликвидность – показатель, отражающий способность предприятия погашать свои обязательства в краткосрочном периоде. Его условием является: $A_1 + A_2 > П_1 + П_2$ и $A_4 < П_4$. Исходя из таблицы 26, данное условие не выполняется то есть можно сказать, что предприятие неплатежеспособно в краткосрочном и среднесрочном периоде.

Перспективная ликвидность – показатель, отражающий способность предприятия погашать задолженность в будущем. Его условием является: $A_3 > П_3$ и $A_4 < П_4$. Так как данное условие выполняется (таблица 26), то можно сделать вывод, что организация ООО «СМАРТ» является платежеспособной в долгосрочной перспективе.

Теперь рассмотрим коэффициент абсолютной и текущей ликвидности, коэффициент ликвидности баланса и другие показатели платежеспособности предприятия [27]:

1. Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует, какую долю краткосрочной задолженности предприятие может погасить на дату составления баланса. Нормальным значением коэффициента считается нахождение его в пределах от 0,2 до 0,5. Это означает, что от 20 % до 50 % краткосрочных долгов организация способна погасить в кратчайшие сроки по первому требованию кредиторов. Соответственно, более высокое значение показателя свидетельствует о более высокой платежеспособности. Превышение величины 0,5 указывает на неоправданные задержки в использовании высоколиквидных активов.

2. Коэффициент ликвидности баланса отражает прогнозируемые платежные возможности предприятия при условии своевременных расчетов с дебиторами. Его оптимальным значением является $\geq 0,5$ и меньше 1.

3. Коэффициент текущей ликвидности (покрытия) показывает платежные возможности предприятия, оцениваемые при условии не только своевременных расчетов с дебиторами и благоприятной реализации готовой продукции, но и продажи мобильных средств. Расчетный показатель текущей ликвидности нормально работающей платежеспособной организации должен быть не ниже 1, т. е. нужно, чтобы общее значение оборотных активов было больше суммы краткосрочных обязательств. Коэффициент, составляющий меньшую величину, может быть относительной нормой для организаций с высокой скоростью оборота капитала, при которой значения, задействованные в расчете, часто меняются. Однако значительные отклонения в сторону превышения нормативного значения (равного 1) тоже нежелательны. Они свидетельствуют о замедлении оборотов оборотных активов: затоваривании складов, предоставлении неоправданных отсрочек покупателям по оплате, неэффективности использования денег и финансовых вложений.

4. Коэффициент восстановления платежеспособности. Для предприятий с неудовлетворительной структурой баланса данный показатель характеризует возможности восстановления его платежеспособности в течении полугода. Если значение коэффициента составило больше 1, это говорит о наличии реальной возможности у предприятия восстановить свою платежеспособность в течение следующих 6 месяцев. Если получилось значение менее 1 – динамика изменения показателя текущей ликвидности с начала года до отчетной даты показывает, что у предприятия в ближайшее время нет реальной возможности восстановить платежеспособность.

Следует отметить, что коэффициент восстановления платежеспособности нельзя считать достаточно надежным показателем. Он построен на анализе тренда коэффициента текущей ликвидности всего по двум точкам (на начало года и на конец отчетного периода), что делает такой прогноз очень ненадежным.

5. Коэффициент утраты платежеспособности. Данный коэффициент показывает вероятность ухудшения показателя текущей ликвидности предприятия в течение следующих 3-х месяцев после отчетной даты. Значение коэффициента, равного 1, является критическим. Если коэффициент утраты платежеспособности меньше 1, это свидетельствует о наличии реальной угрозы для предприятия утратить платежеспособность.

Коэффициент утраты платежеспособности также нельзя считать достаточно надежным показателем. Это связано с тем, что расчет основан на прогнозе изменения показателя текущей ликвидности всего по двум точкам – на начало и конец отчетного периода.

Рассчитаем данные показатели платежеспособности и ликвидности предприятия и представим полученные результаты в таблице 27.

Из таблицы 27 можно сделать вывод, что коэффициент абсолютной ликвидности на начало года не соответствует нормативу.

Таблица 27 – Показатели платежеспособности и ликвидности ООО «СМАРТ» в 2018 г.

Показатель	Формула расчета	2018 г.		Отклонение
		На н.г.	На к.г.	
1 Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{ДС}{КСО}$	0,11	0,20	0,09
2 Коэффициент ликвидности баланса	$\frac{ДС + ДБ}{КСО}$	0,37	0,42	0,05
3 Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	$\frac{ЗЗ + ДС + ДБ}{КСО}$	1,26	1,09	-0,17
4 Коэффициент восстановления платежеспособности	$\frac{Кп1 + \frac{6}{12}(Кп1 - Кп0)}{2}$, Где Кп ₁ , Кп ₀ – значение коэффициента текущей ликвидности в отчетном и базисном периоде.	0,5025		
5 Коэффициент утраты платежеспособности	$\frac{К п. 1 + \frac{3}{12}(К п. 1 - К п. 0)}{2}$	0,5238		

Следовательно, организация ООО «СМАРТ» в этот период способна погасить в кратчайшие сроки по первому требованию кредиторов лишь 11 % краткосрочных долгов. На конец года показатель соответствует нормативу.

Коэффициент ликвидности баланса тоже не соответствует нормативу (так как принимает значение меньше 0,5).

Коэффициент текущей ликвидности больше 1, следовательно, организация является нормально работающей и платежеспособной. Коэффициенты абсолютной ликвидности и ликвидности баланса имеют тенденцию к росту, а коэффициент текущей ликвидности – к снижению.

Также можно сказать, что у предприятия нет возможности восстановления платежеспособности через 6 месяцев и что оно утратит платежеспособность в течение 3-х месяцев, так как показатели восстановления платежеспособности и утраты платежеспособности имеют значение меньше 1.

Теперь перейдем к проведению анализа финансовой устойчивости организации ООО «СМАРТ».

Понятие «финансовая устойчивость» [28] базируется на оптимальном соотношении между видами активов организации (оборотными или внеоборотными активами с учетом их внутренней структуры) и источниками их финансирования (собственными и привлеченными средствами).

Финансовая устойчивость характеризуется структурой источников формирования хозяйственных средств и структурой их размещения в производстве.

Сущность и внешние проявления финансовой устойчивости:

$$\begin{aligned} &\text{Если } 33 \leq (\text{ИСС} + \text{ДЗС}) - \text{ВА}, \\ &\text{то } \text{ДБ} + \text{ДС} \geq \text{КСО} \end{aligned} \quad (22)$$

где 33 – запасы и затраты;
ИСС – собственные средства;
ДЗС – долгосрочные заемные средства;
ВА – внеоборотные активы;
ДБ – дебиторская задолженность;
ДС – денежные средства;
КСО – краткосрочные обязательства.

Проверим условие обеспеченности затрат и запасов собственными оборотными средствами, условие платежеспособности и представим результаты в таблице 28.

Таблица 28 – Анализ финансовой устойчивости ООО «СМАРТ» в 2018 г. при помощи абсолютных показателей

Тыс. руб.

Период	Расчет
Начало 2018 г.	$960\,016 \leq 284\,281$
	$399\,726 \geq 1\,075\,461$
Конец 2018 г.	$1\,046\,842 \leq 148\,086$
	$663\,683 \geq 1\,562\,439$

Из таблицы 28 можно сделать вывод, что условие обеспеченности затрат и запасов собственными оборотными средствами не выполняется ни на начало, ни на конец года. Условие платежеспособности предприятия также не выполняется на начало и конец года.

Итак, анализ финансовой устойчивости организации позволяет ответить на вопросы:

- насколько организация является независимой с финансовой точки зрения
- является ли финансовое положение организации устойчивым

Обычно выделяют четыре типа финансовой устойчивости [29]:

1. Абсолютная устойчивость финансового состояния ($33 \leq \text{ИСС} - \text{ВА}$);
2. Нормальная устойчивость ($\text{ИСС} - \text{ВА} < 33 \leq (\text{ИСС} - \text{ВА}) + \text{ДЗС} = \text{СОС}$);
3. Неустойчивое финансовое состояние ($\text{СОС} < 33 \leq \text{СОС} + \text{ККЗ}$);
4. Кризисное финансовое состояние ($33 > \text{СОС} + \text{ККЗ}$).

Предприятие ООО «СМАРТ» характеризуется четвертым типом финансовой устойчивости, что подтверждают следующие расчеты:

$$33 > \text{СОС} + \text{ККЗ}, \quad (23)$$

где 33 – запасы и затраты;

СОС - собственные оборотные средства;

ККЗ - краткосрочные кредиты и займы

$960\,016 > 284\,281 + 5\,276$ (анализ финансового состояния на начало года)

$1\,046\,842 > 148\,086 + 153$ (анализ финансового состояния на конец года)

Из данных расчетов следует, что на начало и конец года предприятие находилось в кризисном финансовом состоянии.

Теперь рассмотрим показатели финансовой устойчивости [30] (коэффициенты капитализации):

1. Коэффициент автономии характеризует долю собственников в общей стоимости имущества, или показывает удельный вес собственных средств в сумме источников финансирования, то есть он выявляет зависимость организации от кредитных средств. Рост показателя в динамике говорит об укреплении финансовой независимости. Его оптимальное значение должно превышать 0,5.

2. Коэффициент финансовой устойчивости показывает, какая часть актива финансируется за счет устойчивых источников, то есть он показывает, насколько стабильно положение компании и не грозят ли ей в ближайшем будущем какие-либо финансовые проблемы.

По коэффициенту финансовой устойчивости можно судить, сколько у компании долгосрочных и устойчивых источников финансирования хозяйственной деятельности. Его оптимальное значение должно быть больше 0,8-0,9. Тревожное значение составляет меньше 0,75.

3. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (плечо финансового рычага) указывает, сколько заемных средств организация привлекла на 1 руб. вложенных в активы средств. Его значение должно быть равно приблизительно 2/3.

4. Коэффициент финансирования определяет, на сколько собственные средства компании преобладают над привлеченными, или наоборот – есть ли наличие дефицита первых. Значение коэффициента свидетельствует о платежеспособности фирмы. Оптимальное значение должно превышать 1.

Рассчитаем коэффициенты финансовой устойчивости (капитализации) ООО «СМАРТ» в 2018 г. и представим результаты в таблице 29.

Из данной таблицы можно сделать вывод, что коэффициент автономии не принимает оптимальное значение ни на начало, ни на конец года (так как значения показателей менее 0,5), что свидетельствует о том, что организация ООО «СМАРТ» не имеет финансовой независимости. Коэффициент финансовой устойчивости имеет тревожное значение, что может говорить о возникновении риска хронической неплатежеспособности компании, а также ее попадания в финансовую зависимость от кредиторов.

Таблица 29 – Показатели финансовой устойчивости ООО «СМАРТ» в 2018 г. (коэффициенты капитализации)

Показатель	Формула расчета	2018 г.		Абсолютное изменение
		На н.г.	На к.г.	
1 Коэффициент автономии	$\frac{\text{ИСС}}{\text{В}}$	0,074	0,075	0,001
2 Коэффициент финансовой устойчивости	$\frac{\text{ИСС} + \text{ДЗС}}{\text{В}}$	0,21	0,09	-0,12
3 Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$\frac{\text{ДЗС} + \text{КСО}}{\text{ИСС}}$	12,46	12,36	-0,1
4 Коэффициент финансирования	$\frac{\text{ИСС}}{\text{ДЗС} + \text{КСО}}$	0,080	0,081	0,001

В организации ООО «СМАРТ» заемные средства преобладают над собственными, что служит признаком наличия риска банкротства и предприятию следует незамедлительно принять меры выхода из текущего положения.

Далее рассмотрим такие показатели финансовой устойчивости, как коэффициенты покрытия [31]:

1. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (собственными средствами) показывает, какая часть текущих активов финансируется за счет собственных источников. Его оптимальное значение должно быть больше 0,1.

2. Коэффициент маневренности собственных средств характеризует степень мобильности (гибкости) использования собственных средств организации. Его оптимальное значение должно равняться приблизительно 0,5.

3. Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности показывает, является предприятие должником или, наоборот, ожидает поступление денег от дебиторов. Его оптимальное значение должно равняться приблизительно 1.

4. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат показывает, какая часть запасов и затрат финансируется за счет собственных источников. Его оптимальное значение должно быть больше 0,6-0,8.

Рассчитаем данные коэффициенты и представим результаты в таблице 30.

Из данной таблицы можно сделать вывод, что у предприятия ООО «СМАРТ» есть вероятность признания структуры баланса неудовлетворительной, а самого предприятия — неплатежеспособным в текущем периоде (так как коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования меньше 0,1).

Коэффициент маневренности достаточно высокий (так как значения показателей больше 0,5), что позволяет охарактеризовать организацию как вполне независимую от займов и имеющую достаточное количество свободных средств для инвестирования в производство.

Таблица 30 – Показатели финансовой устойчивости ООО «СМАРТ» в 2018 г., коэффициенты покрытия

Показатель	Формула расчета	2018 г.		Абсолютное изменение
		На н.г.	На к.г.	
1 Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	$\frac{\text{ИСС} - \text{ВА}}{\text{ЗЗ} + \text{ДБ} + \text{ДС}}$	0,074	0,075	0,001
2 Коэффициент маневренности собственных средств	$\frac{\text{ИСС} - \text{ВА} + \text{ДЗС}}{\text{ИСС}}$	2,81	1,16	-1,65
3 Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	$\frac{\text{ДБ}}{\text{КРЗ}}$	0,26	0,23	-0,03
4 Коэффициент обеспеченности запасов и затрат	$\frac{\text{ИСС} - \text{ВА}}{\text{ЗЗ}}$	0,11	0,12	0,01

Низкий коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности свидетельствует о том, что организация привлекла значительные заемные ресурсы, однако в настоящий момент неэффективно использует их в текущей деятельности.

Значение коэффициента обеспеченности запасов и затрат меньше норматива говорит о том, что собственный капитал предприятия инвестируется не слишком эффективно.

Далее перейдем к анализу деловой активности организации ООО «СМАРТ» [32].

Деловая активность в контексте анализа финансово-хозяйственной деятельности понимается как текущая производственная и коммерческая деятельность предприятия. Деловая активность коммерческой организации проявляется в эффективном использовании ею экономического потенциала, расширении рынков сбыта своей продукции, а также динамичности ее развития и достижении поставленных целей, что отражают натуральные и стоимостные показатели.

Анализ деловой активности организации включает в себя исследование таких показателей, как:

1. Коэффициент оборачиваемости активов, который характеризует скорость оборота совокупных активов (в количестве оборотов за анализируемый период). Чем выше скорость оборота активов, тем выше его доходность. Рост коэффициента говорит об увеличении оборотов капитала, при котором каждый рубль актива приносит больше прибыли.

2. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов (материальных средств). Под оборачиваемостью товарных запасов понимают количество оборотов, которое делают материалы, товары, готовая продукция в анализируемом периоде. Высокая оборачиваемость запасов говорит о рациональности их использования. Каждый оборот запасов приносит предприятию прибыль.

Неэффективные товарные остатки могут говорить о том, что денежные средства предприятия переведены в менее ликвидные активы и не работают.

3. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (или средств в расчетах). Данный показатель используется для проведения финансового анализа устойчивости компании в рыночной конкурентной среде. Рассчитанный коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает, насколько эффективно компания собирает долги за поставленные товары. Уменьшение коэффициента может говорить о том, что компания увеличила долю неплатежеспособных покупателей или что компания приняла решение проводить более мягкую политику с клиентами для завоевания большей доли рынка за счет предоставления более длительных отсрочек платежа своим клиентам. Соответственно, чем ниже указанный коэффициент, тем выше у компании потребность в оборотном капитале, который необходим для увеличения объемов продаж.

4. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, который показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставленного предприятию. Рост значения оборачиваемости кредиторской задолженности указывает на повышение финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия. Превышение оборачиваемости дебиторской задолженности над оборачиваемостью задолженности кредиторам также говорит о стабильности и устойчивости финансового положения организации.

5. Коэффициент закрепления активов, который показывает, сколько нужно иметь средств в обороте, чтобы получить данный объем продаж.

6. Продолжительность одного оборота активов, которая показывает скорость оборота в днях. Данный показатель отражает эффективность использования активов предприятия и используется для оценки интенсивности использования этих активов.

7. Срок оборачиваемости средств в расчетах. Данный коэффициент показывает, сколько в среднем дней требуется для оплаты дебиторской задолженности.

8. Срок оборачиваемости кредиторской задолженности, который показывает средний срок возврата долгов организации по текущим обязательствам.

9. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала, который показывает скорость оборота собственного капитала, т.е. активность средств, которыми рискуют акционеры.

10. Продолжительность операционного цикла, которая характеризует время, в течение которого финансовые ресурсы омертвлены в товарно-материальных ценностях и дебиторской задолженности. Или, время от поступления сырья в производство до поступления средств от дебиторов.

11. Продолжительность финансового цикла, которая характеризует время, в течение которого денежные ресурсы извлечены из оборота. Или, временной разрыв между сроком платежа за кредит и сроком поступления средств от покупателя.

Рассчитаем показатели, позволяющие провести анализ деловой активности предприятия, и отразим результаты в таблице 31.

Таблица 31 – Анализ деловой активности ООО «СМАРТ» в 2018 г.

Показатель	Формула расчета	2018 г.
1 Коэффициент оборачиваемости активов	$\frac{\text{Выручка от реализации продукции (без НДС и акцизов)}}{\text{Средняя величина активов}}$	8,02
2 Коэффициент оборачиваемости товарных запасов	$\frac{\text{Суммарные затраты на производство и реализацию}}{\text{Средняя величина запасов}}$	10,00
3 Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	$\frac{\text{Выручка от реализации продукции (без НДС и акцизов)}}{\text{Средняя за период дебиторская задолженность}}$	3,89
4 Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	$\frac{\text{Себестоимость реализации (выручка от продаж)}}{\text{Средняя за период кредиторская задолженность}}$	7,62
5 Коэффициент закрепления активов	$\frac{1}{\text{Коэффициент оборачиваемости}}$	0,12
6 Продолжительность одного оборота активов, Т, дн.	$\frac{\text{Продолжительность периода в днях (360,90)}}{\text{Коэффициент оборачиваемости}}$	44,89
7 Срок оборачиваемости средств в расчетах, дн.	$T = \frac{360}{K3}$	92,54
8 Срок оборачиваемости кредиторской задолженности, дн.	$T = \frac{360}{K4}$	47,24
9 Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	$\frac{\text{Выручка от реализации продукции (без НДС и акцизов)}}{\text{Средняя за период величина источников собственных средств}}$	107,45
10 Продолжительность операционного цикла, Т о.ц., дн.	$T_{п.з.} = \frac{360}{K_{об.т.з.}}$ $T_{о.ц.} = T_{д.б.} + T_{п.з.}$	36,00 128,54
11 Продолжительность финансового цикла, Т ф.ц., дн.	$T_{кр.з.} = \frac{360}{K_{об.кр.з.}} = \frac{360}{K4}$ $T_{ф.ц.} = T_{о.ц.} - T_{кр.з.}$	47,20 81,30

Из таблицы 31 можно сделать вывод, что у организации ООО «СМАРТ» в 2018 г. неэффективно работает капитал, поскольку коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности составляет всего 3,89. Также можно сказать, что за анализируемый период предприятие погасило среднюю величину своей кредиторской задолженности 7,62 раза и организация ООО «СМАРТ» осуществляет свою предпринимательскую деятельность с

высокой интенсивностью (так как коэффициент оборачиваемости собственного капитала за 2018 г. составил 107,45).

Теперь проанализируем эффективность использования имущества и их источников (показателей рентабельности) с помощью таких показателей, как [33]:

1. Рентабельность всего капитала фирмы, общая рентабельность. Данный показатель отражает эффективность использования всего имущества предприятия.

2. Рентабельность собственного капитала. Этот показатель характеризует эффективность использования собственного капитала. Для акционерных обществ это является основным показателем доходности вложенных капиталов. Динамика показателя оказывает влияние на уровень котировки акций.

3. Рентабельность основной деятельности. Данный показатель позволяет определить убыточность основной деятельности организации.

4. Рентабельность постоянного капитала. Этот показатель отражает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность организации на длительный срок.

5. Коэффициент устойчивости экономического роста. Данный коэффициент показывает темп изменения собственного капитала предприятия за счет реинвестирования нераспределенной прибыли, то есть за счет финансово-хозяйственной деятельности организации.

6. Период окупаемости собственного капитала (в годах). Этот показатель показывает число лет, в течение которых окупятся вложения в данную организацию.

7. Рентабельность продаж. С помощью показателей рентабельности можно выяснить, насколько эффективно используется собственный капитал или активы предприятия. Данный показатель дает представление об убыточности продаж. Коэффициент в пределах от 1 % до 5% говорит о том, что предприятие низкорентабельно, от 5 до 20% — среднерентабельно, от 20 % до 30% — высокорентабельно, свыше 30% - сверхрентабельно.

Рассчитаем перечисленные показатели, характеризующие эффективность использования имущества и их источников, и отразим результаты в таблице 32.

Из таблицы 32 можно сделать вывод, что организации ООО «СМАРТ» не удастся эффективно формировать активы без привлечения внешнего заемного капитала (так как показатель рентабельности собственного капитала не приближен к величине рентабельности всего капитала). Также можно сказать о том, что предприятие является низкорентабельным, поскольку значение показателя рентабельности продаж составляет всего 0,7 %.

Низкое значение показателя рентабельности постоянного капитала (всего 10 %) свидетельствует о том, что организация неэффективно использует капитал (собственный и заемный), вложенный в деятельность на длительный срок.

Таблица 32 – Анализ эффективности использования имущества ООО «СМАРТ» в 2018 г. и их источников

Показатель	Формула расчета	2018 г.
1 Чистая (общая) рентабельность всего капитала фирмы	$\frac{\text{Чистая (балансовая) прибыль}}{\text{Средний за период итог баланса – нетто}}$	0,01 (0,014)
2 Чистая (общая) рентабельность собственного капитала	$\frac{\text{Чистая (балансовая) прибыль}}{\text{Средняя за период величина источников собственных средств предприятия (ИСС средн.)}}$	0,14 (0,187)
3 Убыточность основной деятельности	$\frac{\text{Убыток от продаж}}{\text{Затраты на производство РП}}$	- 0,009
4 Общая рентабельность перманентного капитала	$\frac{\text{Балансовая прибыль}}{\text{Средняя величина собственных и долгосрочных заемных средств (ИСС средн. + ДЗС средн.)}}$	0,10
5 Период окупаемости собственного капитала, лет	$\frac{\text{ИСС средн.}}{\text{ЧП}}$	6,97
6 Убыточность продаж	$\frac{\text{Убыток от продаж}}{\text{Выручка от продаж}}$	- 0,007

Теперь проведем диагностику вероятной неплатежеспособности организации (банкротства). Для этого рассмотрим российский и зарубежный опыт [34].

В российском опыте основанием для признания структуры баланса неудовлетворительной, а предприятия – неплатежеспособным является следующее условие:

$$K_n^1 < 2 \text{ и/или } K_{oc}^1 < 0,1, \quad (24)$$

где K_n^1 – коэффициент текущей ликвидности;

K_{oc}^1 – коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования.

$K_n^1 = 1,26$ (на начало года) и $1,09$ (на конец года);

$K_{oc}^1 = 0,074$ (на начало года) и $0,075$ (на конец года).

Таким образом, структура баланса организации ООО «СМАРТ» признается неудовлетворительной, а предприятие – неплатежеспособным.

Формальным основанием для признания предприятия неплатежеспособным в российской практике является следующее условие:

$$K_n^1 < 2 \text{ (и/ или } K_{oc}^1 < 0,1), \text{ и } K_{вп} < 1, \quad (25)$$

где $K_{вп}$ – коэффициент восстановления платежеспособности.

$K_{вп} = 0,5025$, следовательно, организация ООО «СМАРТ» признается неплатежеспособной.

Теперь проведем диагностику вероятной неплатежеспособности организации на основе зарубежного опыта, а именно на модели прогнозирования вероятного банкротства Альтмана.

1. Двухфакторная модель Альтмана

$$Z = -0,39 - 1,07 \cdot \overline{X1} + 0,058 \cdot \overline{X2}, \quad (26)$$

где $\overline{X1}$ – коэффициент текущей ликвидности;

$$\overline{X2} - \text{удельный вес заемных средств, } X2 = \frac{\text{ДЗС средн.} + \text{КСО средн.}}{\text{В средн.}}$$

Рассчитаем показатель на начало и конец года:

$$Z = -0,39 - 1,07 \cdot 1,175 + 0,058 \cdot 0,925 = -1,59$$

Итак, $Z \leq 0$, следовательно, вероятность банкротства организации ООО «СМАРТ» в 2018 г. невелика.

2. Пятифакторная модель Альтмана

$$Z = 1,2 \cdot \overline{X1} + 1,4 \cdot X2 + 3,3 \cdot X3 + 0,6 \cdot \overline{X4} + X5, \quad (27)$$

где $\overline{X1}$ – удельный вес собственного оборотного капитала,

$$\overline{X1} = \frac{\text{ТА средн.} - \text{КСО средн.}}{\text{В средн.}};$$

$$X2 - \text{чистая рентабельность активов, } X2 = \frac{\text{ЧП}}{\text{В средн.}};$$

$$X3 - \text{общая рентабельность активов, } X3 = \frac{\text{БП}}{\text{В средн.}};$$

$\overline{X4}$ – отношение собственного капитала к сумме долгов,

$$\overline{X4} = \frac{\text{ИСС средн.}}{\text{ДЗС средн.} + \text{КСО средн.}};$$

$$X5 - \text{оборачиваемость активов, } X5 = \frac{\text{Выр.}}{\text{В средн.}}.$$

$$Z = 1,2 \cdot 0,141 + 1,4 \cdot 0,011 + 3,3 \cdot 0,014 + 0,6 \cdot 0,081 + 8,016 = 8,30$$

Итак, $Z \geq 3$, следовательно, вероятность банкротства организации ООО «СМАРТ» в 2018 г. ничтожна.

Таким образом, возникает противоречие между результатами, полученными при помощи расчетов по российской и зарубежной методикам. Это может быть связано с тем, что зарубежные модели основаны на данных предприятий тех государств, в которых они были

созданы, и не в полной мере подходят для оценки риска банкротства отечественных субъектов хозяйствования из-за разной методики отражения инфляционных факторов, разной структуры капитала, а также различий в законодательной, информационной базе и т.п.

3.2 Комплексный анализ финансового состояния ООО «Фрэшритейл»

Для проведения комплексного анализа финансового состояния организации ООО «Фрэшритейл» представим бухгалтерский баланс данного предприятия в сокращенном виде (приложение Е).

Теперь перейдем к проведению анализа имущества организации ООО «Фрэшритейл» и источников его формирования. Для характеристики наличия, состава, структуры имущества предприятия и произошедших в них изменений по данным бухгалтерского баланса сначала проанализируем статьи пассива баланса, затем – статьи актива. Полученные результаты представим в таблицах 33 и 34, соответственно.

Таблица 33 – Анализ статей пассива баланса ООО «Фрэшритейл» в 2018 г.

Пассив баланса	На н.г.		На к.г.		Абс. изменение в тыс.руб.	Темп роста %
	в тыс. руб.	в % к итогу	в тыс. руб.	в % к итогу		
1 ИСТОЧНИКИ ИМУЩЕСТВА, всего	571 514	100	474 567	100	-96 947	83,0
1.1 Собственный капитал	57 405	10	50 792	10,7	-6 613	88,5
1.2 Заемный капитал	514 109	90	423 775	89,3	-90 334	82,4
1.2.1 Долгосрочные обязательства	49 062	8,6	0	0	-49 062	0,0
1.2.2 Краткосрочные кредиты и займы	20	0	5	0,0	-15	25,0
1.2.3 Кредиторская задолженность	465 027	81,4	423 770	89,3	-41 257	91,1

Проанализировав статьи пассива, можно сказать, что организация ООО «Фрэшритейл» развивается в основном за счет заемных средств. На начало года их доля составила 90 %, на конец – 89,3 %, то есть можно сделать вывод о том, что заемный капитал незначительно уменьшился (в основном его уменьшение обусловлено снижением долгосрочных обязательств). Доля собственного капитала, по сравнению с заемным, достаточно мала (10 % на начало года и 10,7 % на конец года), и она снизилась на 11,5 %, поэтому можно сказать, что финансовое состояние предприятия ухудшилось.

Долгосрочные и краткосрочные обязательства предприятия сократились к концу года на 49 062 тыс. руб. и 15 тыс. руб., соответственно, что свидетельствует об улучшении финансового состояния организации.

Кредиторская задолженность предприятия является основной составляющей заемного капитала. Ее доля составляет 81,4 % на начало года и 89,3 % - на конец. Можно предположить, что ее рост связан с тем, что организация эффективно работает и налаживает более широкую связь с поставщиками в результате увеличения спроса на продукцию и за счет увеличения операций, связанных с приобретением товаров, работ и услуг.

Теперь проанализируем статьи актива баланса предприятия ООО «Фрэшритейл» (таблица 34).

Таблица 34 – Анализ статей актива баланса ООО «Фрэшритейл» в 2018 г.

Актив баланса	На н.г.		На к.г.		Абсолютное изменение в млн.руб.	Темп роста %
	в млн. руб.	в % к итогу	в млн. руб.	в % к итогу		
1 ИМУЩЕСТВО, всего	571 514	100	474 567	100	-96 947	83,0
1.1 Имобилизованные активы	0	0	0	0	0	0
1.2 Оборотные активы	571 514	100	474 567	100	-96 947	83,0
1.2.1 Запасы	455 548	79,7	335 058	70,6	-120 490	73,6
1.2.2 Дебиторская задолженность	64 047	11,2	22 653	4,8	-41 394	35,4
1.2.3 Денежные средства	51 919	9,1	116 856	24,6	64 937	225,1

Из таблицы 34 можно сделать следующий вывод: так как в балансе предприятия не отражены внеоборотные активы, то все имущество данной организации формируется только за счет оборотных активов, доля которых на конец года снизилась (на 96 947 тыс. руб.), что свидетельствует о снижении мобильности и маневренности имущества. Оборотные активы предприятия формируются в основном за счет запасов, так как их доля составляет 79,7 % на начало года и 70,6 % - на конец года.

Дебиторская задолженность предприятия сократилась с начала года. Можно предположить, что снижение дебиторской задолженности и ее доли в оборотных активах повлияло на рост денежных средств организации (на 64 937 тыс. руб.).

Далее перейдем к проведению анализа ликвидности баланса организации, условия которого рассмотрены в пункте 2.1, поэтому сразу произведем необходимые расчеты и представим полученные результаты в таблице 35.

Из таблицы 35 можно сказать, что баланс организации ООО «Фрэшритейл» не является абсолютно ликвидным ни на начало года, ни на конец года.

Таблица 35 – Анализ ликвидности баланса ООО «Фрэшрийтейл» в 2018 г. на основе абсолютных показателей

Тыс. руб.

На начало года		На конец года		Платежный излишек или недостаток	
Актив	Пассив	Актив	Пассив	На н.г.	На к.г.
51 919	465 027	116 856	423 770	-413 108	-306 914
64 047	20	22 653	5	64 027	22 648
455 548	49 062	335 058	0	406 486	33 5058
0	57 405	0	50 792	-57 405	-50 792

Можно сделать следующие выводы:

- предприятие не может погасить наиболее срочные обязательства с помощью абсолютно ликвидных активов (т.к. $51\,919 < 51\,919$ и $116\,856 < 423\,775$);
- предприятие может рассчитать по краткосрочным обязательствам перед кредиторами быстро реализуемыми активами (т.к. $64\,047 > 20$ и $22\,653 > 5$);
- предприятие может погасить долгосрочные займы с помощью медленно реализуемых активов (т.к. $455\,548 > 49\,062$ и $335\,058 > 0$);
- предприятие обладает высокой степенью платежеспособности и может погасить различные виды обязательств соответствующими активами (т.к. $0 < 57\,405$ и $0 < 50\,792$).

Также можно сказать, что предприятие неплатежеспособно в краткосрочном и среднесрочном периоде, так как не выполняется условие текущей ликвидности ($A1+A2 > П1+П2$ и $A4 < П4$), но в то же время предприятие является платежеспособным долгосрочной перспективе, так как выполняется условие перспективной ликвидности ($A3 > П3$ и $A4 < П4$).

Теперь рассмотрим коэффициент абсолютной и текущей ликвидности, коэффициент ликвидности баланса, коэффициент восстановления платежеспособности и коэффициент утраты платежеспособности предприятия. Данные коэффициенты были подробно разобраны в предыдущем пункте, поэтому сразу рассчитаем их значения и представим полученные результаты в таблице 36.

Из таблицы 36 можно сделать вывод, что коэффициент абсолютной ликвидности на начало года не соответствует нормативу (не входит в промежуток от 0,2 до 0,5), следовательно, организация ООО «Фрэшрийтейл» способна погасить в кратчайшие сроки по первому требованию кредиторов лишь 11 % краткосрочных долгов. На конец года показатель соответствует нормативу (так как принимает значение 0,28).

Значение коэффициента ликвидности баланса тоже не соответствует нормативу (не входит в промежуток от 0,5 до 1), а коэффициент текущей ликвидности больше 1, следовательно, организация является нормально работающей и платежеспособной.

Таблица 36 – Показатели платежеспособности и ликвидности ООО «Фрэшритейл» в 2018 г.

Показатель	Формула расчета	2018 г.		Отклонение
		На н.г.	На к.г.	
1 Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{ДС}{КСО}$	0,11	0,28	0,17
2 Коэффициент ликвидности баланса	$\frac{ДС + ДБ}{КСО}$	0,25	0,33	0,08
3 Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	$\frac{ЗЗ + ДС + ДБ}{КСО}$	1,23	1,12	-0,11
4 Коэффициент восстановления платежеспособности	$\frac{Кп1 + \frac{6}{12}(Кп1 - Кп0)}{2}$, Где Кп ₁ , Кп ₀ – значение коэффициента текущей ликвидности в отчетном и базисном периоде.	0,5325		
5 Коэффициент утраты платежеспособности	$\frac{К п. 1 + \frac{3}{12}(К п. 1 - К п. 0)}{2}$	0,5463		

Коэффициент абсолютной ликвидности и ликвидности баланса имеют тенденцию к росту, а коэффициент текущей ликвидности – к снижению.

Также можно сказать, что у предприятия нет возможности восстановления платежеспособности через 6 месяцев и что оно утратит платежеспособность в течение 3-х месяцев, так как показатели восстановления платежеспособности и утраты платежеспособности имеют значение меньше 1.

Теперь перейдем к проведению анализа финансовой устойчивости организации ООО «Фрэшритейл».

Проверим условие обеспеченности затрат и запасов собственными оборотными средствами и условие платежеспособности (все они рассмотрены в пункте 3.1) и представим результаты в таблице 37.

Таблица 37 – Анализ финансовой устойчивости ООО «Фрэшритейл» в 2018 г.

Тыс. руб.

Период	Расчет	Формула расчета
Начало 2018 г.	$455\,548 \leq 106\,467$	$ЗЗ \leq (ИСС + ДЗС) - ВА$
	$115\,966 \geq 465\,047$	$ДБ + ДС \geq КСО$
Конец 2018 г.	$335\,058 \leq 50\,792$	$ЗЗ \leq (ИСС + ДЗС) - ВА$
	$139\,509 \geq 423\,775$	$ДБ + ДС \geq КСО$

Из таблицы 37 можно сделать вывод, что условие обеспеченности затрат и запасов собственными оборотными средствами не выполняется ни на начало, ни на конец года. Условие платежеспособности предприятия также не выполняется на начало и конец года.

Также можно сказать, что предприятие ООО «Фрэшритейл» характеризуется четвертым типом финансовой устойчивости, что подтверждают следующие расчеты:

$$33 > \text{СОС} + \text{ККЗ}, \quad (28)$$

где 33 – запасы и затраты;

СОС – собственные оборотные средства;

ККЗ – краткосрочные кредиты и займы

455 548 > 106 487 (анализ финансового состояния на начало года)

335 058 > 50 792 (анализ финансового состояния на конец года)

Из данных расчетов следует, что на начало и на конец года предприятие находилось в кризисном финансовом состоянии (так как запасы и затраты предприятия превышают сумму его собственных оборотных средств и краткосрочных кредитов и займов).

Теперь рассмотрим такие показатели финансовой устойчивости (коэффициенты капитализации), как коэффициент автономии, коэффициент соотношения заемных и собственных средств и коэффициент финансирования. Данные расчеты представим в таблице 38.

Таблица 38 – Показатели финансовой устойчивости ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. (коэффициенты капитализации)

Показатель	Формула расчета	2018 г.		Абсолютное изменение
		На н.г.	На к.г.	
1 Коэффициент автономии	$\frac{\text{ИСС}}{\text{В}}$	0,10	0,11	0,01
2 Коэффициент финансовой устойчивости	$\frac{\text{ИСС} + \text{ДЗС}}{\text{В}}$	0,19	0,11	-0,08
3 Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$\frac{\text{ДЗС} + \text{КСО}}{\text{ИСС}}$	8,96	8,34	-0,62
4 Коэффициент финансирования	$\frac{\text{ИСС}}{\text{ДЗС} + \text{КСО}}$	0,11	0,12	0,01

Итак, из таблицы 38 можно сделать такие выводы, как:

– коэффициент автономии не принимает оптимальное значение на начало и конец года (так как значения показателей меньше 0,5), что свидетельствует о том, что организация ООО «Фрэшритейл» имеет финансовую независимость;

– коэффициент финансовой устойчивости принимает тревожное значение (так как значения показателей меньше 0,75), что может говорить о возникновении риска хронической неплатежеспособности компании, а также ее попадания в финансовую зависимость от кредиторов;

– в организации ООО «Фрэшритейл» заемные средства преобладают над собственными, что служит признаком наличия риска банкротства и предприятию следует незамедлительно принять меры выхода из текущего положения.

Далее рассмотрим такие показатели финансовой устойчивости, как коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования, коэффициент маневренности собственных средств и другие показатели финансовой устойчивости предприятия (коэффициенты покрытия). Полученные результаты представим в таблице 39.

Таблица 39 – Показатели финансовой устойчивости ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. (коэффициенты покрытия)

Показатель	Формула расчета	2018 г.		Абсолютное изменение
		На н.г.	На к.г.	
1 Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	$\frac{\text{ИСС} - \text{ВА}}{\text{ЗЗ} + \text{ДБ} + \text{ДС}}$	0,10	0,11	0,01
2 Коэффициент маневренности собственных средств	$\frac{\text{ИСС} - \text{ВА} + \text{ДЗС}}{\text{ИСС}}$	1,85	1,00	-0,85
3 Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	$\frac{\text{ДБ}}{\text{КРЗ}}$	0,138	0,05	-1,33
4 Коэффициент обеспеченности запасов и затрат	$\frac{\text{ИСС} - \text{ВА}}{\text{ЗЗ}}$	0,13	0,15	0,02

Из таблицы 39 можно сделать следующие выводы:

– у предприятия ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. есть вероятность признания структуры баланса неудовлетворительной, а самого предприятия — неплатежеспособным в текущем периоде (так как коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования $\leq 0,1$);

– коэффициент маневренности достаточно высокий (1,85 на начало года и 1,00 на конец), что позволяет охарактеризовать организацию как вполне независимую от займов и имеющую достаточное количество свободных средств для инвестирования в производство;

– коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности является низким на начало года (0,138) и еще ниже на конец (0,05). Это свидетельствует о том, что организация к концу года стала привлекать больше заемных ресурсов.

– значение коэффициента обеспеченности запасов и затрат меньше норматива (значения показателей меньше 0,6-0,8), что говорит о том, что собственный капитал предприятия инвестируется не слишком эффективно

Далее перейдем к анализу деловой активности организации ООО «Фрэшритейл» за 2018 г., в котором рассмотрим коэффициенты оборачиваемости активов, товарных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности и другие показатели. Представим полученные результаты в таблице 40.

Таблица 40 – Анализ деловой активности ООО «Фрэшритейл» в 2018 г.

Показатель	Формула расчета	2018 г.
1 Коэффициент оборачиваемости активов	$\frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Средняя величина активов}}$	7,75
2 Коэффициент оборачиваемости товарных запасов	$\frac{\text{Суммарные затраты на производство и реализацию}}{\text{Средняя величина запасов}}$	8,29
3 Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	$\frac{\text{Выручка от реализации продукции (без НДС и акцизов)}}{\text{Средняя за период дебиторская задолженность}}$	93,52
4 Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	$\frac{\text{Себестоимость реализации (выручка от продаж)}}{\text{Средняя за период кредиторская задолженность}}$	7,38
5 Коэффициент закрепления активов	$\frac{1}{\text{Коэффициент оборачиваемости}}$	0,13
6 Продолжительность одного оборота активов, Т, дн.	$\frac{\text{Продолжительность периода в днях (360,90)}}{\text{Коэффициент оборачиваемости}}$	46,45
7 Срок оборачиваемости средств в расчетах, дн.	$T = \frac{360}{K3}$	3,85
8 Срок оборачиваемости кредиторской задолженности, дн.	$T = \frac{360}{K4}$	48,78
9 Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	$\frac{\text{Выручка от реализации продукции (без НДС и акцизов)}}{\text{Средняя за период величина источников собственных средств}}$	74,94
10 Продолжительность операционного цикла, Т о.ц., дн.	$T_{пз.} = \frac{360}{K_{об.тз.}}$ $T_{о.ц.} = T_{д.б.} + T_{п.з.}$	43,43 47,28
11 Продолжительность финансового цикла, Т ф.ц., дн.	$T_{кр.з.} = \frac{360}{K_{об.кр.з.}}$ $T_{ф.ц.} = T_{о.ц.} - T_{кр.з.}$	48,78 -1,50

Из таблицы 40 можно сделать вывод, что у организации ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. эффективно работает капитал, поскольку быстрее высвобождаются средства для новых

вложений (так как коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности в 2018 г. составляет 93,52).

Также можно сказать, что предприятие ООО «Фрэшритейл» погасило среднюю величину своей кредиторской задолженности 7,38 раз за 2018 г. Организация осуществляет свою предпринимательскую деятельность с высокой интенсивностью (так как коэффициент оборачиваемости собственного капитала в 2018 г. составил 74,94).

Теперь проанализируем эффективность использования имущества и их источников (показателей рентабельности). Результаты анализа представим в таблице 41.

Таблица 41 – Анализ эффективности использования имущества ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. и их источников

Показатель	Формула расчета	2018 г.
1 Чистая (общая) рентабельность всего капитала фирмы	$\frac{\text{Чистая (балансовая) прибыль}}{\text{Средний за период итог баланса – нетто}}$	0,02 (0,025)
2 Чистая (общая) рентабельность собственного капитала	$\frac{\text{Чистая (балансовая) прибыль}}{\text{Средняя за период величина источников собственных средств}}$	0,19 (0,24)
3 Убыточность основной деятельности	$\frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Затраты на производство РП}}$	- 0,006
4 Общая рентабельность перманентного капитала	$\frac{\text{Балансовая прибыль}}{\text{Средняя за период величина собственных и долгосрочных заемных средств}}$	0,17
5 Период окупаемости собственного капитала, лет	$\frac{\text{ИСС средн. ЧП}}{\text{ЧП}}$	5,27
6 Убыточность продаж	$\frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка от продаж}}$	- 0,005

Из таблицы 41 можно сделать вывод, что организации ООО «Фрэшритейл» является низкорентабельной, при этом основная деятельность убыточная. Низкий показатель рентабельности перманентного капитала (17 %) свидетельствует о том, что организация неэффективно использует капитал (собственный и заемный), вложенный в деятельность на длительный срок.

Теперь проведем диагностику вероятной неплатежеспособности организации (банкротства). Для этого рассмотрим российский и зарубежный опыт.

1. В российском опыте основанием для признания структуры баланса неудовлетворительной, а предприятия – неплатежеспособным является следующее условие:

$$K_n^1 < 2 \text{ и/или } K_{oc}^1 < 0,1, \quad (29)$$

где K_n^1 – коэффициент текущей ликвидности;
 K_{oc}^1 – коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования.
 $K_n^1 = 1,23$ (на начало года) и $1,12$ (на конец года);
 $K_{oc}^1 = 0,10$ (на начало года) и $0,11$ (на конец года).

Таким образом, структура баланса организации ООО «Фрэшритейл» признается неудовлетворительной, а предприятие – неплатежеспособным.

Формальным основанием для признания предприятия неплатежеспособным в российской практике является следующее условие:

$$K_n^1 < 2 \text{ (и/ или } K_{oc}^1 < 0,1), \text{ и } K_{вп} < 1, \quad (30)$$

где $K_{вп}$ – коэффициент восстановления платежеспособности.

$K_{вп} = 0,5325$, следовательно, организация ООО «Фрэшритейл» признается неплатежеспособной.

Теперь проведем диагностику вероятной неплатежеспособности организации на основе зарубежного опыта, а именно на модели прогнозирования вероятного банкротства Альтмана.

2. Двухфакторная модель Альтмана

$$Z = -0,39 - 1,07 * \overline{X1} + 0,058 * \overline{X2}, \quad (31)$$

где $\overline{X1}$ – коэффициент текущей ликвидности;

$$\overline{X2} - \text{удельный вес заемных средств, } X2 = \frac{\text{ДЗС средн.} + \text{КСО средн.}}{\text{В средн.}}$$

Рассчитаем показатель на начало и конец года:

$$Z = -0,39 - 1,07 * 1,175 + 0,058 * 0,897 = -1,59$$

Итак, $Z \leq 0$, следовательно, вероятность банкротства организации ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. невелика.

3. Пятифакторная модель Альтмана

$$Z = 1,2 * \overline{X1} + 1,4 * X2 + 3,3 * X3 + 0,6 * \overline{X4} + X5, \quad (32)$$

где $\overline{X1}$ – удельный вес собственного оборотного капитала,

$$\overline{X1} = \frac{\text{ТА средн.} - \text{КСО средн.}}{\text{В средн.}};$$

$X2$ – чистая рентабельность активов, $X2 = \frac{\text{ЧП}}{\text{В средн.}};$

$X3$ – общая рентабельность активов, $X3 = \frac{\text{БП}}{\text{В средн.}};$

$\overline{X4}$ – отношение собственных средств к сумме долгов,

$$\overline{X4} = \frac{\text{ИСС средн.}}{\text{ДЗС средн.} + \text{КСО средн.}}; \quad 506437$$

$X5$ – оборачиваемость активов, $X5 = \frac{\text{Выр.}}{\text{В средн.}}.$

$$Z = 1,2 * 0,150 + 1,4 * 0,0196 + 3,3 * 0,025 + 0,6 * 0,115 + 7,751 = 8,11$$

Итак, $Z \geq 3$, следовательно, вероятность банкротства организации ООО «Фрэшритейл» в 2018 г. ничтожна.

Таким образом, в данном случае также возникает противоречие между результатами расчетов, полученными по зарубежной и российской методикам, что может быть связано со спецификой отражения инфляционных факторов, структуры капитала и другими факторами.

3.3 Сравнительный анализ хозяйственной деятельности торговых компаний

Для проведения сравнительного анализа хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» воспользуемся методом кластерного анализа, который впервые был предложен математиком Р. Трионом.

Кластерный анализ как многомерная статистическая процедура упорядочивания исходных данных (объектов) в сравнительно однородные группы включает:

- отбор исходных информационных данных для кластеризации
- определение системы показателей, по которым будут оцениваться предприятия
- формирование исходных кластеров и итогового кластера
- проверку достоверности результатов кластерного решения

Для проведения кластерного анализа необходимы такие показатели, как коэффициент текущей ликвидности (или коэффициент покрытия), коэффициент обеспеченности собственными средствами, коэффициент оборачиваемости и коэффициент рентабельности (убыточности) производства. Перечисленные коэффициенты были рассчитаны в пунктах 2.1 и 2.2.

Проведем кластерный анализ по торговым предприятиям ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» за 2018 г. и представим результаты в таблица 42.

В первом кластере, который соответствует коэффициенту текущей ликвидности, первое место по критерию максимизации занимает предприятие ООО «Фрэшритейл» (т.к. коэффициент текущей ликвидности у него больше и составляет 1,12), следовательно, этому предприятию присваивается 1 балл, а предприятию ООО «СМАРТ» - 2 балла.

Таблица 42 – Кластерный анализ ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» в 2018 г.

Кластеры \ Предприятия	ООО «СМАРТ»	ООО «Фрэшритейл»
1 Коэффициент текущей ликвидности	1,09	1,12
2 Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,075	0,110
3 Коэффициент оборачиваемости	8,02	7,75
4 Убыточность основной деятельности	- 0,009	- 0,006
Итоговый кластер	2+2+1+2=7	1+1+2+1=5

Во втором кластере, который соответствует коэффициенту обеспеченности собственными средствами, первое место занимает торговое предприятие ООО «Фрэшритейл» (т.к. $0,110 > 0,075$), поэтому ему присваивается 1 балл, а предприятию ООО «СМАРТ», соответственно, 2 балла.

В третьем кластере, который соответствует коэффициенту оборачиваемости, лидирует предприятие ООО «СМАРТ», так как коэффициент оборачиваемости у этого предприятия больше и составляет 8,02, следовательно, этому предприятию присваивается 1 балл, а второму – 2 балла.

В четвертом кластере, который соответствует убыточности основной деятельности, предприятию ООО «Фрэшритейл» присваивается по 1 балл, так как значение показателя убыточности основной деятельности у него меньше.

В совмещенном (итоговом) кластере предприятие ООО «СМАРТ» имеет 7 баллов, а предприятие ООО «Фрэшритейл» - 5 баллов.

Так как предприятия располагаются по принципу минимума набранных баллов, то первое место занимает ООО «Фрэшритейл».

Таким образом, можно сделать вывод, что в 2018 г. торговое предприятие ООО «Фрэшритейл» имеет высокую рейтинговую оценку финансового состояния по сравнению с предприятием ООО «СМАРТ».

Теперь проведем сравнительный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» по методике рейтинговой оценки,

которая была разработана профессором-экономистом А. Д. Шереметом. Основной целью финансового анализа по данной методике является получение наиболее информативных параметров, дающих объективную оценку финансового состояния предприятия.

Для проведения рейтингового анализа нужны такие данные, как показатели прибыльности хозяйственной деятельности предприятий, показатели эффективности управления, показатели деловой активности и показатели ликвидности и рыночной устойчивости (таблица 43).

Таблица 43 – Показатели финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшриейл» в 2018 г.

Показатели	ООО «СМАРТ»	ООО «Фрэшриейл»	Эталон-предприятие
I. Показатели прибыльности хозяйственной деятельности и эффективности управления			
1 Рентабельность основной деятельности	0,9 %	0,6 %	0,9 %
2 Общая рентабельность активов	14 %	19 %	19 %
3 Чистая прибыль на 1 руб. объема продаж	0,13 %	0,25 %	0,25 %
II. Показатели деловой активности			
1 Оборачиваемость средств в расчетах	8,02	7,75	8,02
2 Оборачиваемость материальных производственных запасов	10,00	8,29	10,00
III. Показатели ликвидности и рыночной устойчивости			
1 Коэффициент маневренности собственных средств	1,16	1,00	1,16
2 Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками их формирования	0,12	0,15	0,15
3 Коэффициент ликвидности баланса	0,42	0,33	0,42
4 Коэффициент текущей ликвидности	1,09	1,12	1,12
IV. Показатели оценки риска вероятности банкротства			
Пятифакторная модель Альтмана Z-счет	8,30	8,11	8,30

Составными этапами методики комплексной сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния коммерческой организации являются:

1. Сбор и аналитическая обработка исходной информации за оцениваемый период;
2. Обоснование системы показателей, используемых для рейтинговой оценки финансового состояния, рентабельности и деловой активности организации, их классификация и расчет итогового показателя рейтинговой оценки;

3. Классификация (ранжирование) организации по рейтингу.

Итоговая рейтинговая оценка учитывает все важнейшие параметры (показатели) финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации, т.е. хозяйственной активности в целом. При ее построении используются данные о производственном потенциале организации, рентабельности его продукции, эффективности использования производственных и финансовых ресурсов, состоянии и размещении средств, их источниках и другие показатели.

Точная и объективная оценка финансового состояния не может базироваться на произвольном наборе показателей, поэтому выбор и обоснование исходных показателей финансово-хозяйственной деятельности должны осуществляться на основе теории финансов организации.

Также система показателей должна базироваться на данных публичной отчетности организации. Это требование делает оценку массовой, позволяет контролировать изменения в финансовом состоянии организации всеми участниками экономического процесса. Оно также позволяет оценить результативность и объективность самой методики комплексной оценки.

В основе расчета итогового показателя рейтинговой оценки лежит сравнение организаций по каждому показателю финансового состояния, рентабельности и деловой активности с условной эталонной организацией, имеющим наилучшие результаты по всем сравниваемым показателям. То есть базой отсчета для получения рейтинговой оценки состояния дел организации служат не субъективные предположения экспертов, а сложившиеся в реальной среде наиболее высокие результаты из всей совокупности сравниваемых объектов.

Таким образом, основными характеристиками методики рейтинговой оценки финансового состояния, рентабельности и деловой активности предприятия являются следующие:

- предлагаемая методика базируется на комплексном, многомерном подходе к оценке такого сложного явления, как финансовая деятельность предприятия;
- рейтинговая оценка финансовой деятельности предприятия осуществляется на основе данных публичной отчетности предприятия; для ее получения используются важнейшие показатели финансовой деятельности, применяемые в рыночной экономике;
- рейтинговая оценка является сравнительной; она учитывает реальные достижения всех конкурентов;
- для получения рейтинговой оценки используется гибкий вычислительный алгоритм, реализующий возможности математической модели сравнительной комплексной оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, прошедший апробацию на практике.

Исходные показатели таблицы стандартизируются в отношении соответствующего показателя эталонной организации по формуле:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max a_{ij}} \quad (33)$$

где x_{ij} - стандартизированные показатели j-й организации;

a_{ij} – исходные данные таблицы.

Для каждой организации определим значение ее рейтинговой оценки по следующей формуле:

$$R_j = \sqrt[2]{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + \dots + (1 - x_{nj})^2} \quad (34)$$

где R_j - рейтинговая оценка для j-ой организации;

$x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$ - стандартизированные показатели j-й организации.

Рассчитаем значение рейтинговой оценки для предприятия ООО «СМАРТ» за 2018 г.:

$$R_j = \sqrt[2]{(1 - \frac{0,9}{0,9})^2 + (1 - \frac{14}{19})^2 + \dots + (1 - \frac{8,30}{8,30})^2} = 0,58$$

Теперь рассчитаем значение рейтинговой оценки для предприятия ООО «Фрэшритейл» за 2018 г.:

$$R_j = \sqrt[2]{(1 - \frac{0,6}{0,9})^2 + (1 - \frac{19}{19})^2 + \dots + (1 - \frac{8,11}{8,30})^2} = 1,08$$

В соответствии с алгоритмом сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния предприятия организации упорядочиваются (ранжируются) в порядке убывания рейтинговой оценки. Наивысший рейтинг имеет организация с минимальным значением R . Значение рейтинговой оценки у предприятия ООО «СМАРТ» за 2018 г. больше, чем у предприятия ООО «Фрэшритейл» за тот же анализируемый период, следовательно, финансово-хозяйственная деятельность ООО «Фрэшритейл» наиболее эффективна.

Таким образом, итоговые рейтинговые оценки, рассчитанные по двум методикам, совпадают. Если бы значения разнились, то наиболее объективным, на мой взгляд, являлся бы результат, полученный по методике А.Д. Шеремета, поскольку данный способ подразумевает использование большого количества данных, среди которых несколько показателей рентабельности, оборачиваемости и ликвидности, в то время как в методе кластерного анализа задействованы только по одному из перечисленных показателей.

Также методика А.Д. Шеремета более объективна еще и потому, что она позволяет наиболее отчетливо увидеть динамику предприятия – насколько оно близко к эталону,

насколько отстает от него, сколько не хватает до него и т.д. В методе кластерного анализа динамику определить затруднительно, поскольку предприятие не с чем сравнивать, так как отсутствует эталон.

Еще одним преимуществом методики А.Д. Шеремета (авторской) является наличие показателя оценки риска вероятности банкротства, который позволяет охарактеризовать экономический потенциал предприятия и результаты его работы за истекший период, а также выявить, возможен ли для организации риск возникновения банкротства.

Теперь проведем сравнительный анализ производственно-хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл», применив метод средней геометрической.

Данный способ расчета рейтинга предприятий предусматривает определение комплексной оценки с помощью расчета средней геометрической из коэффициентов относительного изменения исследуемых показателей. Для этого используется следующая формула:

$$K_j = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n a_{ij}}, j=1, \dots, n \quad (35)$$

Для начала определим стандартизированные показатели, на основе которых будет рассчитываться рейтинг предприятий (таблица 44).

Таблица 44 – Показатели для определения рейтинговой оценки производственной деятельности торговых организаций методом средней геометрической

Показатель	Предприятие	
	ООО «СМАРТ»	ООО «Фрэшритейл»
Коэффициент качества обслуживания покупателей	0,90	0,87
Коэффициент валовой маржи (вал. прибыль/выручка)	0,18	0,19
Темп роста производительности труда	0,42	0,10

Теперь рассчитаем рейтинг предприятий, применив формулу 35:

$$R_{\text{Смарт}} = \sqrt[3]{0,90 \cdot 0,18 \cdot 0,42} = 0,408$$

$$R_{\text{Фрэшритейл}} = \sqrt[3]{0,87 \cdot 0,19 \cdot 0,10} = 0,255$$

Итак, наибольший рейтинг имеет предприятие ООО «СМАРТ», так как значение рейтинговой оценки у него больше, чем у ООО «Фрэшритейл».

Таким образом, результаты рейтингового анализа по методу средней геометрической определили, что ООО «СМАРТ» более эффективно ведет свою производственно-хозяйственную деятельность.

Теперь проведем сравнительный анализ производственно-хозяйственной деятельности торговых предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» за 2018 г. по методике Шеремета. Показатели для расчета рейтинга представим в таблице 45.

Таблица 45 – Показатели для определения рейтинговой оценки производственной деятельности торговых организаций по методике Шеремета

Показатель	Предприятие		Эталон-предприятие
	ООО «СМАРТ»	ООО «Фрэшритейл»	
1 Коэффициент качества обслуживания покупателей	0,90	0,87	0,90
2 Коэффициент валовой маржи (вал. прибыль/выручка)	0,18	0,19	0,19
3 Производительности труда	5,1	4,4	5,1

Рассчитаем значение рейтинговой оценки для ООО «СМАРТ» за 2018 г.:

$$R_{\text{Смарт}} = \sqrt[2]{\left(1 - \frac{0,90}{0,90}\right)^2 + \left(1 - \frac{0,18}{0,19}\right)^2 + \left(1 - \frac{5,1}{5,1}\right)^2} = 0,053.$$

Теперь рассчитаем значение рейтинговой оценки для ООО «Фрэшритейл» за 2018 г.:

$$R_{\text{Фрэшритейл}} = \sqrt[2]{\left(1 - \frac{0,87}{0,90}\right)^2 + \left(1 - \frac{0,19}{0,19}\right)^2 + \left(1 - \frac{4,4}{5,1}\right)^2} = 0,141.$$

Итак, значение рейтинговой оценки у предприятия ООО «СМАРТ» за 2018 г. меньше, чем у предприятия ООО «Фрэшритейл» за тот же анализируемый период, следовательно, производственно-хозяйственная деятельность ООО «СМАРТ» наиболее эффективна.

Таким образом, выводы, полученные из расчетов рейтинга финансово-хозяйственной и производственно-хозяйственной деятельности, совпадают – наивысший рейтинг имеет организация ООО «СМАРТ».

Теперь проверим это утверждение при помощи проведения сравнительного анализа производственно-финансовой (хозяйственной) деятельности исследуемых предприятий. Добавим показатели производственно-хозяйственной деятельности (коэффициент качества обслуживания покупателей, валовой маржи и темп роста производительности труда) к показателям финансово-хозяйственной деятельности (показатели прибыльности и эффективности управления, деловой активности, ликвидности и рыночной устойчивости, а также оценки риска вероятности банкротства) и на основании этого сформируем таблицу 46.

Таблица 46 – Показатели производственно-финансовой (хозяйственной) деятельности торговых предприятий ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшриейл» в 2018 г.

Показатели	ООО «СМАРТ»	ООО «Фрэшриейл»	Эталон-предприятие
I. Показатели прибыльности хозяйственной деятельности и эффективности управления			
1 Рентабельность основной деятельности	0,9 %	0,6 %	0,9 %
2 Общая рентабельность активов	14 %	19 %	19 %
3 Чистая прибыль на 1 руб. объема продаж	0,13 %	0,25 %	0,25 %
II. Показатели деловой активности			
1 Оборачиваемость средств в расчетах	8,02	7,75	8,02
2 Оборачиваемость материальных производственных запасов	10,00	8,29	10,00
III. Показатели ликвидности и рыночной устойчивости			
1 Коэффициент маневренности собственных средств	1,16	1,00	1,16
2 Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками их формирования	0,12	0,15	0,15
3 Коэффициент ликвидности баланса	0,42	0,33	0,42
4 Коэффициент текущей ликвидности	1,09	1,12	1,12
IV. Показатели оценки риска вероятности банкротства			
Пятифакторная модель Альтмана Z-счет	8,30	8,11	8,30
V. Показатели производственно-хозяйственной деятельности			
1 Коэффициент качества обслуживания покупателей	0,90	0,87	0,90
2 Коэффициент валовой маржи (вал. прибыль/выручка)	0,18	0,19	0,19
3 Производительности труда	5,1	4,4	5,1

Рассчитаем значение рейтинговой оценки хозяйственной деятельности для предприятия ООО «СМАРТ» за 2018 г.:

$$R_j = \sqrt[2]{(1 - \frac{0,9}{0,9})^2 + (1 - \frac{14}{19})^2 + \dots + (1 - \frac{0,90}{80,90})^2 + (1 - \frac{0,18}{0,19})^2 + (1 - \frac{5,1}{5,1})^2} = 0,59.$$

Теперь рассчитаем значение рейтинговой оценки для предприятия ООО «Фрэшриейл» за 2018 г.:

$$R_j = \sqrt[2]{(1 - \frac{0,6}{0,9})^2 + (1 - \frac{19}{19})^2 + \dots + (1 - \frac{0,87}{0,90})^2 + (1 - \frac{0,19}{0,19})^2 + (1 - \frac{4,4}{5,1})^2} = 1,09.$$

Итак, сравнительный анализ хозяйственной деятельности торговых организаций подтвердил, что наивысший рейтинг имеет предприятие ООО «СМАРТ».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К современным трендам развития розничной торговли РФ относится стремительное развитие торговых сетей, рост оборота розничной торговли на территории страны, а также развитие и поддержание международной торговли России. К негативным тенденциям можно отнести наличие теневого сектора экономики, недостаточную эффективность государственного регулирования, низкий уровень развития инфраструктуры, дефицит кадров и недостаточное развитие малого бизнеса в торговле.

В основе теории комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятий лежит решение таких задач, как контроль и всесторонняя оценка эффективного использования предприятиями своих ресурсов, оценка финансовых результатов деятельности предприятий, а также выявление неиспользованных резервов.

Часто исследуемые предприятия имеют сходные экономические показатели, поэтому сложно сделать вывод о том, какая организация более эффективна в своей хозяйственной деятельности. Для этой цели используется рейтинговая оценка, которая позволяет сделать соответствующие выводы.

К основным методам рейтинговой оценки хозяйственной деятельности организаций относятся метод кластерного анализа, матричный метод, метод балльных оценок и метод эвклидова расстояния. Широко представлены методы рейтинговой оценки финансового состояния организаций и недостаточно изучены методы рейтинговой оценки производственной деятельности предприятий. Поэтому возникает необходимость совершенствования методики комплексного анализа хозяйственной деятельности организаций.

Каждый из методов рейтинговой оценки хозяйственной деятельности предприятий имеет свои достоинства, но все-таки ни один из них не способен дать абсолютно точную характеристику производственно-финансовой деятельности организаций. Поэтому автором бакалаврской работы предлагается вариант совершенствования (адаптации) традиционной методики рейтингового анализа с учетом отраслевой специфики предприятий и риска вероятности банкротства.

Комплексный анализ предполагает диагностику производственной и финансовой деятельности организаций.

Диагностика производственной деятельности ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшрийтейл» позволила сделать следующие выводы:

1. Анализ розничного товарооборота исследуемых организаций показал, что по рассматриваемым товарным группам произошло увеличение продаж, главными причинами

роста которых являются активные мероприятия исследуемых торговых предприятий по проведению рекламных акций и открытие дополнительных торговых точек.

2. Проанализировав издержки обращения торговых организаций, можно сказать, что у исследуемых предприятий уровень издержек обращения вырос к 2018 г., но у ООО «Фрэшритейл» этот рост составил большую величину, чем у ООО «СМАРТ». Также было выявлено, что изменение розничных цен одинаково влияет на издержки обращения торговых организаций: увеличение цен на товары приводит к снижению издержек обращения практически на одну и ту же величину.

3. Анализ эффективности использования ресурсов показал, что ООО «СМАРТ» имеет более высокие показатели производительности труда, более эффективные показатели использования рабочего времени (трудоемкость), а также более высокий уровень качества обслуживания покупателей.

4. Обобщающий показатель уровня качества обслуживания покупателей принимает почти одинаковые значения у исследуемых торговых организаций, но у ООО «Фрэшритейл» оно меньше, чем у ООО «СМАРТ», следовательно, гастрономы, принадлежащие ООО «Фрэшритейл», уступают ООО «СМАРТ» по уровню качества обслуживания покупателей.

5. Рейтинговый анализ производственной деятельности торговых предприятий, проведенный по двум разным методикам (методу средней геометрической и авторскому варианту методики Шеремета), показал, что ООО «Фрэшритейл» уступает по ряду показателей ООО «СМАРТ».

Диагностика финансовой деятельности ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» выявила следующие аспекты:

1. Абсолютные показатели ООО «СМАРТ» характеризуются положительной тенденцией: возросла доля оборотных активов, что свидетельствует о повышении мобильности и маневренности имущества предприятия, а также ускорилась оборачиваемость имущества организации, что подтверждает рост эффективности ее деятельности. У ООО «Фрэшритейл», наоборот, абсолютные показатели изменяются в сторону снижения, что свидетельствует о неэффективной финансовой деятельности организации.

2. Исследуемые организации развиваются в основном за счет заемных средств, что свидетельствует о финансовой зависимости предприятий от внешних источников финансирования.

3. Согласно моделям Альтмана, ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» обладают низкой вероятностью банкротства. Однако российская методика расчета оценки риска вероятной неплатежеспособности выявила, что торговые организации имеют неудовлетворительную структуру баланса и являются неплатежеспособными. Это противоречие может быть связано с тем, что отечественная методика базируется на данных

бухгалтерского баланса (ликвидность и финансовая устойчивость). Пятифакторная модель Альтмана задействует еще и показатели из отчета о финансовых результатах (то есть результаты за период – оборачиваемость и рентабельность).

4. Результаты рейтингового анализа финансовой деятельности ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл», рассчитанные по методу кластерного анализа и адаптированной методике Шеремета (авторский вариант), являются противоречивыми. Кластерный анализ показал, что ООО «Фрэшритейл» имеет более высокую рейтинговую оценку финансового состояния по сравнению с ООО «СМАРТ», поскольку обладает более высокой ликвидностью и меньшей убыточностью основной деятельности. В свою очередь рейтинговый анализ финансовой деятельности торговых предприятий по методике А. Д. Шеремета выявил, что ООО «СМАРТ» имеет более высокий рейтинг по сравнению с ООО «Фрэшритейл».

Наиболее объективным, на взгляд автора бакалаврской работы, является результат, полученный по методике А.Д. Шеремета, поскольку данный способ расчета рейтинговой оценки обладает следующими преимуществами:

1. Использование большого количества данных, среди которых несколько показателей рентабельности, оборачиваемости и ликвидности, в то время как в методе кластерного анализа задействованы только по одному из перечисленных показателей.

2. Наличие показателя оценки риска вероятности банкротства, который позволяет охарактеризовать экономический потенциал предприятия и выявить, возможен ли для него риск возникновения банкротства.

Комплексный анализ хозяйственной деятельности торговых организаций по усовершенствованной методике Шеремета (с учетом отраслевой специфики и риска вероятности банкротства) показал, что ООО «СМАРТ» характеризуется более высоким рейтингом в сравнении с ООО «Фрэшритейл». Таким образом, можно сделать вывод о наиболее высокой эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия ООО «СМАРТ».

В целях улучшения финансового положения ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» рекомендуется:

1. Сделать кадровую политику более активной – проводить повышение квалификации персонала и стимулировать кадры для более эффективной работы. В настоящее время в организациях ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» разработана материальная система мотивации (это премия за выполнение плана, полный социальный пакет, бесплатное питание). Дальнейшее направление предприятий – это мотивация работников без прямых материальных затрат (планирование карьеры сотрудника, приоритет при планировании графика отпусков).

Для планирования карьеры каждой категории персонала следует разрабатывать свою аттестационную таблицу, учитывающую специфику деятельности работников по каждому

отделу (молочная, алкогольная и другая продукция), возможности продвижения по служебной лестнице (повышать категории продавцов и расти до администратора и управляющего).

Внедрение данной рекомендации на предприятии является сильным мотивирующим фактором, поскольку она позволит каждому сотруднику определить свои возможности, выявить требования, предъявляемые со стороны руководства фирмы и сконцентрироваться на их достижении. За счет грамотно разработанной кадровой политики исчезнет перерасход заработной платы, сократятся издержки обращения, и соответственно увеличится производительность труда, а это непосредственно окажет влияние на увеличение прибыли.

2. Увеличить эффективность деятельности каждой торговой точки посредством дополнительного технического оснащения. В магазинах «Красный Яр» имеется один компьютер на весь персонал (у администратора и управляющего есть свои компьютеры) для печати ценников, качественных удостоверений, а также для поиска информации по просьбе покупателей (уточнить цену товара, является ли он акционной позицией в данном периоде и т.д.). Оснащение каждой торговой точки хотя бы еще одним компьютером уменьшит время удаления сотрудника из торгового зала, так как продавцы не будут скапливаться у компьютера, ожидая своей очереди. Также это сократит затраты времени покупателей на ожидание обслуживания, что скажется на росте коэффициента качества обслуживания.

3. На предприятиях ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» существует возможность закупать товары по более низким ценам за счет сокращения числа дорогостоящих поставщиков. Следует сократить количество поставщиков из отдаленных городов (Абакан и Новосибирск) в пользу близлежащих районов (Емельяново, Уяр, Канск), так как затраты на автоперевозки значительно возросли в связи с ростом цен на бензин.

Также в настоящее время организации следуют такой тенденции, как выпуск товара под собственной торговой маркой (в магазинах «Красный Яр» это – «Простой выбор», в магазинах «Командор» – «Наш лидер»). Данное направление необходимо развивать, так как это позволяет предприятиям контролировать производство товара, его качество, ценообразование и распределение. Низкие затраты на рекламу и маркетинг значительно снижают себестоимость товара, отсюда – более низкая цена на товары собственной марки по сравнению с аналогичными (товары собственной торговой марки дешевле аналогов до 30 %).

4. Для более эффективного использования оборотных средств на предприятиях ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» требуется расширить ассортимент свежего мяса и рыбы, макаронных изделий и круп, так как эти товары пользуются наивысшим спросом у покупателей.

В то же время следует сократить ассортимент молочной продукции, так как товары этой группы не успевают разбираться, вследствие чего они подлежат списанию из-за истечения срока годности, что отражается на уменьшении выручки. Сократить количество товарных запасов

можно с помощью проведения распродаж (например, чаще устраивать мероприятие «Черная пятница»).

5. Снизить расходы на хранение товаров путем более эффективного использования объема склада. На предприятиях ООО «СМАРТ» и ООО «Фрэшритейл» следует провести грамотное проектирование и изготовление стеллажных систем конкретно под помещения магазинов, что позволит поддерживать порядок на складе и не допускать ситуаций, например, когда коробки с кондитерским товаром оказываются в отделе алкогольной продукции из-за недостатка места хранения. Это позволит организациям не нести издержки по списанию и ликвидации товара из-за нарушения его физической формы или окончания срока годности.

6. Необходимо разрабатывать детализированный план изготовления продукции собственного производства по дням недели, чтобы не образовывались залежи хлебобулочных изделий и, наоборот, не было пустых полок. Больше всего продукции собственного производства реализуется в вечернее время (в частности, хлеб), когда у большинства людей заканчивается рабочий день, и в дневное, когда во время перерыва на обед.

7. Использовать в аналитико-управленческой практике модифицированную (авторскую) методику Шеремета, которая позволяет дать объективную комплексную оценку хозяйственной деятельности организаций, так как учитывает отраслевую специфику предприятий и риск вероятности банкротства (задействованы показатели производительности труда, коэффициенты качества обслуживания покупателей и валовой маржи, а также пятифакторная модель Альтмана Z-счет).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Статистика предприятий розничной торговли [Электронный ресурс].: Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

2 700 торговых сетей FMCG России – Стандартная версия [Электронный ресурс].: РБК Исследование. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/issue/35334/> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

3 Внешнеэкономические связи [Электронный ресурс].: Данные информационного агентства. – Режим доступа: <http://eer.ru/a/article/u132129/2017/10/19/63311> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

4 Сборник Торговля в России [Электронный ресурс].: Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/torg17.pdf (дата обращения: 11.03.2019 г.).

5 Инфляционные ожидания населения в 2018 г. [Электронный ресурс].: Исследование Банка России. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/DKP/surveys/inflation/> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

6 О новых героях бизнеса в 2018 г. [Электронный ресурс].: Журнал РБК-исследования. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/magazine/2017/12> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

7 50 быстрорастущих компаний России в 2016 г. [Электронный ресурс].: Журнал РБК-исследования. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/magazine/2016/12> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

8 Глоян, Р.Р. Тенденции развития розничной торговли в России в 2016 г. [Электронный ресурс] / Р. Р. Глоян // Журнал Управление и экономика в XXI веке. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-roznichnoy-torgovli-v-rossii-1> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

9 Калинушкин, В.С. Управление и экономика в XXI веке [Электронный ресурс] / В. С. Калинушкин // Научно-практический журнал Управление и экономика в XXI веке. – 2017. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/roznichnaya-torgovlya-v-rossii-i-ee-sovremennye-tendentsii> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

10 Кузьмиченко, Ю.Г. Анализ тенденций развития торговли как вида предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Ю. Г. Кузьмиченко // Журнал Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2017. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-tendentsiy->

razvitiya-torgovli-kak-vida-predprinimatelskoy-deyatelnosti-opyt-rossii-i-ssha (дата обращения: 11.03.2019 г.).

11 Герасимов, Б.И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, С.П. Спиридонов, Н.И. Саталкина. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2012. — 160 с. /

12 Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / Л.И. Кравченко. — М.: Новое знание, 2006. - 544 с.

13 Войтоловский, Н.В. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный экономический анализ предприятия: 3-е издание, переработанное и дополненное / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина. — Москва - 2011. - 255 с.

14 Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко, Д.А. Ендовицкий. — М.: Издательство: "Проспект", 2008. - 360 с.

15 Савиных, А.Н. Анализ и диагностика финансово - хозяйственной деятельности предприятия / А.Н. Савиных. — Новосибирск: НГАЭиУ, 2007. - 190с.

16 Калинина, А.П. Пособие Комплексный экономический анализ предприятия. Краткий курс / А.П. Калинина, А.А. Чистякова, Н.В. Войтоловский и др., Издательство Питер. — 2010 г.

17 Постюшков, А.В Методика рейтинговой оценки предприятий / А.В. Постюшков // Электронный журнал «Имущественные отношения в Российской Федерации. — 2015 г.

18 Суслов, С.А. Кластерный анализ: сущность, преимущества и недостатки / С.А. Суслов // Электронный журнал «Вестник НГИЭИ». - 2010 г.

19 Кустов, Е.Ф. Матричный метод анализа экономики / Е.Ф. Кустов // Электронный журнал «Экономический анализ: теория и практика». — 2011 г.

20 Белов, В.М. Метод балльной оценки экономических показателей / В.М Белов // Электронный журнал «Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина». — 2011 г.

21 Клишевич, Н.Б. Экономический анализ: учеб. Пособие / Н. Б. Клишевич, Н. В. Непомнящая, И. С. Ферова, О. Н. Харченко. — М.: ИНФРАМ; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013 г. — 192 с.

22 Клишевич, Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учеб. пособие / Н.Б. Клишевич. — М. : КНОРУС, 2012 г.

23 Гиляровская, Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности /Л.Т. Гиляровская. — М.: ТК Велби, Проспект. - 2011 г.

24 Багомедов, С.Г. Управление товарооборотом торговой фирмы / С.Г. Багомедов, С.Т. Мурсалов // Электронный журнал «Транспортное дело России». — 2016 г.

25 Григорян, Р.А. Товарооборот розничного торгового предприятия: понятия и факторы, его определяющие / Р.А. Григорян // Электронный журнал «Наука и образование сегодня» – 2016 г.

26 Салихова Р.Р. Влияние показателей качества торгового обслуживания на эффективность предприятий розничной торговли [Электронный ресурс] / Р.Р. Салихова // Журнал Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pokazateley-kachestva-torgovogo-obsluzhivaniya-na-effektivnost-predpriyatij-roznichnoy-torgovli> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

27 Кузнецова И.Д. Качество обслуживания покупателей как фактор конкурентоспособности торговых предприятий [Электронный ресурс] / И.Д. Кузнецова, Н.В. Фомина // Журнал Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-obsluzhivaniya-pokupateley-kak-faktor-konkurentosposobnosti-torgovyh-predpriyatij> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

28 Толпегина О.Л. Анализ прибыли: теория и практика исследования [Электронный ресурс] / О.Л. Толпегина // Журнал Экономический анализ: теория и практика – 2017. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-pribyli-teoriya-i-praktika-issledovaniya> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

29 Ульянова, Н.В. Обоснование торговых скидок в бухгалтерском учете [Электронный ресурс] / Н.В. Ульянова // Журнал Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-torgovyh-skidok-v-buhgalterskom-uchete> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

30 Мироседи, С.А. Факторы и резервы увеличения прибыли предприятия [Электронный ресурс] / С. А. Мироседи, Ю. С. Веремеева // Журнал Символ науки. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-i-rezervy-uvelicheniya-pribyli-predpriyatiya-1> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

31 Сервис проверки и анализа российских контрагентов [Электронный ресурс]: Общество с ограниченной ответственностью «СМАРТ» – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

32 Прушковский, Л.В. Оценка системы качества торгового обслуживания на предприятиях ритейла и ее обоснование [Электронный ресурс] / Л. В. Прушковский // Журнал Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». – 2017. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-sistemy-kachestva-torgovogo-obsluzhivaniya-na-predpriyatiyah-riteyla-i-ee-obosnovanie> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

33 Сервис проверки и анализа российских контрагентов [Электронный ресурс]: Общество с ограниченной ответственностью «Фрэшритейл» – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

34 Крупенько, Т.Л. Методика максимизации прибыли торгового предприятия [Электронный ресурс] / Т.Л. Крупенько, В.А. Широченко // Журнал Вестник Белорусско-Российского университета. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-maksimizatsii-pribyli-torgovogo-predpriyatiya> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

35 Финансовый анализ по данным отчетности [Электронный ресурс] Бухгалтерский учет, налоги, аудит. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/altman_z_model.html (дата обращения: 11.03.2019 г.).

36 Лаконова, А.И. Влияние отраслевой специфики на методики анализа финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] / А.И. Лаконова // Журнал Политика, экономика и инновации. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-otraslevoy-spetsifiki-na-metodiki-analiza-finansovogo-sostoyaniya-predpriyatiya> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

37 Копенкина, А.О. Исследование аспектов комплексного анализа розничного товарооборота [Электронный ресурс] / А.О. Копенкина // Журнал Статистика и экономика. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-aspektov-kompleksnogo-analiza-roznichnogo-tovarooborota> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

38 Кучеренко, О.В. Планирование в системе управления издержками обращения торгового предприятия [Электронный ресурс] / О.В. Кучеренко // Журнал Сибирский торгово-экономический журнал. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/planirovanie-v-sisteme-upravleniya-izderzhkami-obrascheniya-torgovogo-predpriyatiya> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

39 Глубокова, Л.Г. Классификация видов издержек обращения в торговле [Электронный ресурс] / Л.Г. Глубокова // Журнал Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-vidov-izderzhkek-obrascheniya-v-torgovle> (дата обращения: 11.03.2019 г.).

40 Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. — М.: Омега-Л, 2014. — 348 с.

41 Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая — М.: Инфра — М, 2013. — 384с.

42 Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е. В. Негашев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФА-М, 2008. — 208 с.

43 Селезнева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации: учеб. пособ. / Н.Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 583 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс ООО «СМАРТ»

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2018 года	На 31 декабря 2017 года
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	1210	1 035 589	953 248
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	11 253	6 768
Дебиторская задолженность	1230	356 293	277 031
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	307 390	122 695
Итого по разделу II	1200	1 710 525	1 359 742
БАЛАНС	1600	1 710 525	1 359 742
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	260	260
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	89 065	72 645
Итого по разделу III	1300	89 325	72 905
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	1410	20 020	183 289
Итого по разделу IV	1400	20 020	183 289
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	1510	153	5 276
Кредиторская задолженность	1520	1 562 286	1 070 185
Оценочные обязательства	1540	38 741	28 087
Итого по разделу V	1500	1 601 180	1 103 548
БАЛАНС	1700	1 710 525	1 359 742

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах ООО «СМАРТ»

<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2018 г.</i>	<i>За 2017 г.</i>
Выручка	2110	12 305 845	8 324 637
Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.			
Себестоимость продаж	2120	(10 032 073)	(6 915 492)
Валовая прибыль (убыток)	2100	2 273 772	1 409 145
Коммерческие расходы	2210	(2 364 227)	(1 565 882)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	-90 455	-156 737
Проценты к уплате	2330	(10 488)	(25 609)
Прочие доходы	2340	214 953	276 628
Прочие расходы	2350	(92 603)	(58 779)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	21 407	35 503
Текущий налог на прибыль	2410	(4 783)	(8 021)
Прочее	2460	-204	-640
Чистая прибыль (убыток)	2400	16 420	26 842
Совокупный финансовый результат периода	2500	0	0

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бухгалтерский баланс ООО «Фрэшритейл»

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2018 г.	На 31 декабря 2017 г.
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	1210	329 818	450 619
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	5 240	4 929
Дебиторская задолженность	1230	22 653	64 047
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	116 856	51 919
Итого по разделу II	1200	474 567	571 514
БАЛАНС	1600	474 567	571 514
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	280	280
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	36 835	45 069
Итого по разделу III	1300	37 115	45 349
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	1410	0	49 062
Итого по разделу IV	1400	0	49 062
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	1510	5	20
Кредиторская задолженность	1520	423 770	465 027
Оценочные обязательства	1540	13 677	12 056
Итого по разделу V	1500	437 452	477 103
БАЛАНС	1700	474 567	571 514

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Отчет о финансовых результатах ООО «Фрэшритейл»

<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2018 г.</i>	<i>За 2017 г.</i>
Выручка	2110	4 054 093	3 677 278
Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.			
Себестоимость продаж	2120	(3 278 855)	(3 058 775)
Валовая прибыль (убыток)	2100	775 238	618 503
Коммерческие расходы	2210	(795 352)	(673 870)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	-20 114	-55 367
Проценты к уплате	2330	(2 017)	(7 500)
Прочие доходы	2340	65 180	102 405
Прочие расходы	2350	(30 031)	(25 077)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	13 018	14 461
Текущий налог на прибыль	2410	(2 735)	(2 964)
Прочее	2460	-19	0
Чистая прибыль (убыток)	2400	10 264	11 497
Совокупный финансовый результат периода	2500	0	0

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Таблица Д.1 – Агрегированный баланс предприятия ООО «СМАРТ»

Тыс. руб.

Показатель	На начало 2018 г.	На конец 2018 г.
<i>Актив</i>		
I Внеоборотные активы	0	0
II Текущие активы	1 359 742	1 710 525
Запасы и затраты	960 016	1 046 842
Дебиторская задолженность	277 031	356 293
Денежные средства	122 695	307 390
Валюта	1 359 742	1 710 525
<i>Пассив</i>		
III ИСС	100 992	128 066
IV Долгосрочные заемные средства	183 289	20 020
V Краткосрочные обязательства, в т.ч.:	1 075 461	1 562 439
Краткосрочные кредиты и займы	5 276	153
Кредиторская задолженность	1 070 185	1 562 286
Валюта	1 359 742	1 710 525

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Таблица Е.1 – Агрегированный баланс предприятия ООО «Фрэшритейл»

Тыс. руб.

Наименование статьи баланса	На начало 2018 г.	На конец 2018 г.
<i>Актив</i>		
I Внеоборотные активы	0	0
II Текущие активы	571 514	474 567
Запасы и затраты	455 548	335 058
Дебиторская задолженность	64 047	22 653
Денежные средства	51 919	116 856
Валюта	571 514	474 567
<i>Пассив</i>		
III ИСС	57 405	50 792
IV Долгосрочные заемные средства	49 062	0
V Краткосрочные обязательства, в т.ч.:	465 047	423 775
Краткосрочные кредиты и займы	20	5
Кредиторская задолженность	465 027	423 770
Валюта	571 514	474 567